

# **HOCHSCHULE FULDA**

## **UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**

**Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften**  
**Studiengang Sozialwissenschaften mit Schwerpunkt**  
**interkulturelle Beziehungen (BASIB)**

**1. Prüfer: Prof. Dr. Erich Ott**  
**2. Prüfer: Prof. Dr. Volker Hinnenkamp**

Bachelorarbeit  
zur Erlangung des Bachelor-Grades  
Bachelor of Arts  
in dem Thema

**Die Bedeutung alternativer Reiseformen für**  
**interkulturelle Begegnungen**  
Eine Untersuchung anhand des solidarischen Tourismus in  
Südamerika

**Abgabedatum: 16/06/2010**

**Eingereicht von:**

Jonas Hernan Fleer  
Poststraße 12  
32130 Enger  
Tel.: 0661-2098290  
E-Mail: [jfleer@web.de](mailto:jfleer@web.de)

Matrikel-Nr.: 125132  
6. Fachsemester

## **Danksagung**

Ich möchte mich an dieser Stelle bei allen lieben Menschen bedanken, die mich beim Erstellen dieser Bachelorarbeit unterstützt haben.

Zunächst gilt mein Dank meiner Familie, die immer für mich da ist, und mir in der Schreibphase die nötige Motivation gegeben hat. Danke, dass Ihr nie den Optimismus aus den Augen verloren habt.

Ein weiterer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Erich Ott, für die gute Betreuung der Bachelorarbeit. Ich wünsche Ihnen alles erdenklich Gute nach der Hochschule. Ebenso möchte ich Herrn Prof. Dr. Volker Hinnenkamp für die Übernahme der Zweitkorrektur und die wertvollen Tipps danken.

Ein besonderer Dank gilt allen, die mich bei der Bachelorarbeit in irgendeiner Art und Weise unterstützt haben. Danke Angela für den Zugang zu dem Thema. Vielen Dank Bettina, Constanze und Charlotte für die Übernahme der Korrektur.

Zuletzt möchte ich allen BASIBlern und Freunden für die super schöne Zeit in Fulda danken, denn ohne euch wäre sie nicht das gewesen, wie sie war.

**Persönliche Erklärung:**

Ich erkläre,

1. dass ich diese Arbeit selbständig verfasst habe,
2. dass ich alle benutzten Quellen (Publikationen, Internetquellen etc.) angegeben habe,
3. dass ich insbesondere wörtliche Zitate und die zusammenfassende Darstellung von Abschnitten aus den Werken anderer Autoren als solche gekennzeichnet habe,
4. dass diese Arbeit weder von mir noch von jemandem anderen vorher als Qualifikationsarbeit eingereicht wurde,
5. dass es sich weder bei der ganzen Arbeit noch bei Teilen der Arbeit um ein „Plagiat“ handelt.

Mir ist bewusst, dass im Falle des Plagiatsnachweises

1. die Arbeit mit „nicht bestanden“ gewertet wird,
2. ich Gefahr laufe, mindestens ein Studiensemester zu verlieren,
3. ich im weiteren Verlauf des Studiums und nach Abschluss des Studiums von den Mitgliedern des Fachbereichs keine Referenz, Empfehlung o.ä. ausgestellt bekomme,
4. ich als Stipendiatin / Stipendiat einer Stiftung /des DAAD / etc. Gefahr laufe, meine Förderung zu verlieren,.

**Name, Vorname:** Fleer, Jonas Hernan

**Ort, Datum:** Fulda, 16.06.2010

# **Inhaltsverzeichnis**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Einleitung .....</b>   | <b>1</b>  |
| 1.1 Relevanz des Themas .....                                      | 1         |
| 1.2 Aufbau der Arbeit .....  | 2         |
| <b>2. Theoretische Grundlagen .....</b>                            | <b>3</b>  |
| 2.1 Einführung in die interkulturelle Kommunikation .....          | 3         |
| 2.2. Machtunterschiede und Machtdistanz .....                      | 4         |
| 2.3 Vorurteile und Stereotypen.....                                | 6         |
| 2.4. Rollen .....  | 9         |
| 2.5 Fremdheit und Modi des Fremdverstehens .....                   | 11        |
| 2.6 Identity-Groups.....   | 13        |
| 2.7 (Interkulturelle) Begegnung .....                              | 14        |
| <b>3. Einführung in den Tourismus .....</b>                        | <b>17</b> |
| 3.1 Entstehung und Geschichte .....                                | 17        |
| 3.2 Begriffsbestimmung im Tourismus .....                          | 19        |
| 3.3 Tourismuskritik .....  | 20        |
| 3.3.1 Entwicklung .....  | 20        |
| 3.3.2 Wirtschaftliche Dimension .....                              | 22        |
| 3.3.3 Ökologische Dimension.....                                   | 24        |
| 3.3.4 Soziokulturelle Dimension.....                               | 25        |
| 3.4 Tourismus und Corporate Social Responsibility (CSR).....       | 26        |
| 3.5 Tourismus in Südamerika und Bolivien .....                     | 27        |
| 3.5.1 Einführung Bolivien .....                                    | 27        |
| 3.5.2 Touristische Aktivitäten .....                               | 28        |
| <b>4. Alternative Reiseformen und Alternativer Tourismus .....</b> | <b>29</b> |
| 4.1 Einführung .....   | 29        |
| 4.2 Die Arten .....  | 30        |
| 4.2.1 Ökotourismus.....  | 30        |
| 4.2.2 Sanfter Tourismus.....                                       | 32        |
| 4.2.3 Individualtourismus .....                                    | 32        |
| 4.2.4 Nachhaltiger Tourismus.....                                  | 33        |
| 4.2.5 Ethnotourismus .....   | 34        |
| 4.2.6 Gemeindeorientierter Tourismus .....                         | 35        |
| <b>5. (Reise) Motive .....</b>                                     | <b>36</b> |
| 5.1 Push-Faktoren.....   | 37        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.2 Pull-Faktoren .....  | 37        |
| <b>6. Tourismustypen .....</b>                                   | <b>39</b> |
| <b>7. Solidarischer Tourismus .....</b>                          | <b>42</b> |
| 7.1 Entwicklung.....   | 42        |
| 7.2 Einordnung im Tourismus .....                                | 43        |
| 7.2.1 Definition .....   | 43        |
| 7.2.2 Abgrenzung vom Freiwilligendienst.....                     | 46        |
| 7.3 Elemente des solidarischen Tourismus.....                    | 47        |
| 7.3.1 Motivation.....  | 47        |
| 7.3.2 Vorbereitung .....   | 49        |
| 7.3.3 Finanzierung .....   | 50        |
| 7.3.4 Zielgruppe .....   | 51        |
| 7.3.5 Akteure.....   | 51        |
| 7.3.6 Durchführung.....  | 53        |
| 7.3.7 Nachbereitung.....   | 55        |
| <b>8. „Sustainable Bolivia“ in Cochabamba .....</b>              | <b>56</b> |
| 8.1 Die Organisation.....  | 56        |
| 8.2 Projekte.....  | 57        |
| 8.3 Auswertung der Berichte .....                                | 58        |
| <b>9. Ergebnisse in verschiedenen Dimensionen.....</b>           | <b>60</b> |
| 9.1 Wirtschaftliche Dimension .....                              | 60        |
| 9.2 Ökologische Dimension .....                                  | 62        |
| 9.3 Soziokulturelle Bedeutung und interkulturelle Begegnung..... | 63        |
| <b>10. Schlussbetrachtung.....</b>                               | <b>68</b> |
| <b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>                               | <b>70</b> |
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                               | <b>71</b> |
| <b>Tabellenverzeichnis .....</b>                                 | <b>71</b> |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>                                | <b>72</b> |
| <b>Anhang</b>  |           |
| A1 Bericht von Eva   |           |
| A2 Bericht von Charly  |           |
| A3 Bericht von Theresa   |           |
| A4 Bericht von Miriam  |           |
| A5 Bericht von Kathleen  |           |
| A6 Bericht von Alexandra   |           |
| A7 Bericht von Kirsten   |           |

# 1. Einleitung

## 1.1 Relevanz des Themas

Weltweit ist die Tourismusindustrie, mit jährlich 880 Millionen Menschen, die international und national verreisen, die größte und wichtigste Branche. Besonders für Entwicklungsländer wie Bolivien stellt der Tourismus eine wichtige Einnahmequelle dar (vgl. Machicado et.al. 2004:3). Die Formen dieser Reisen reichen von den bekannten Pauschalangeboten verschiedener großer Anbieter wie TUI bis hin zu vielen kleinen privaten oder ehrenamtlichen Organisationen, die den Menschen neue Erfahrungen und Erlebnisse ermöglichen wollen. Internationale Organisationen wie die „United Nations World Tourism Organization“ (UNWTO) bescheinigen dem Tourismus völkerverständigende Eigenschaften, die zu mehr internationalem Frieden führen sollen. Die in den 70er und 80er Jahren aufkommende Tourismuskritik hat diese Annahme durch verschiedene Studien (u.a. Krippendorf 1984, Lüem 1985, Maurer 1992) hinterfragt und stattdessen auf die negativen soziokulturellen Folgen von Massentourismus, wie Akkulturation, Kommerzialisierung kultureller „Eigenheiten“, Ästhetisierung, Verhärtung von Vorurteilen und Stereotypen, Fremdenfeindlichkeit, usw., verwiesen. Vor allem die Abschottung der Touristen in „Hotel-Ghettos“ machte es schwer, fruchtbare interkulturelle Beziehungen aufzubauen.

Vor diesem Hintergrund haben sich alternative Formen des Reisens entwickelt, die besonders bei jüngeren Menschen beliebt sind und versucht haben, sich vom Mainstream-Tourismus zu lösen. Der Mensch wurde dabei in den Mittelpunkt des touristischen Interesses gerückt.

Vor allem der Begriff „Freiwilligentourismus“ beschreibt nun einen der am schnellsten wachsenden Typ des alternativen Tourismus (vgl. Lyons/Wearing 2008:6). Junge und alte Menschen reisen ins Ausland um freiwillig in einem sozialen oder ökologischen Projekt zu arbeiten, und um in intensiven Kontakt zur einheimischen Bevölkerung zu kommen. In Workcamps treffen sich Teilnehmer aus der ganzen Welt, um Thematiken wie „globale Gerechtigkeit“, „Menschenrechte“ oder „Nachhaltigkeit“ zu diskutieren. Sprachkenntnisse, (globale) soziale Netzwerke und das „freie“ Leben ohne Druck aus der eigenen Gesellschaft spielen dabei eine wichtige Rolle. Die OECD schätzt, dass 1990 mehr als 33.000 Übersee-Volontäre an den verschiedensten Projekten in der ganzen Welt teilgenommen haben (vgl. Wearing 2001:50). Staatliche Akteure fördern das (solidarische) freiwillige Engagement im Ausland um jungen Menschen wertvolle interkulturelle Begegnungen zu ermöglichen und sie interkulturell zu sensibilisieren. Gerade die südamerikanischen Länder erfreuen sich dabei zunehmender Beliebtheit. Dies ist zurückzuführen auf die gezielte Vermarktung des kulturellen indigenen Erbes

Südamerikas, sowie die seit den 90er Jahren eingetretene politische Stabilität. Auch in der Literatur werden dem „Freiwilligentourismus“ (in dieser Arbeit wird er als solidarischer Tourismus bezeichnet) intensive interkulturelle Begegnungen bescheinigt (u.a. Wearing 2001, Lyons/Wearing 2008, Breede 2008, Stiglechner 2009).

Da der Grad der Intensität jedoch bei weitem nichts über die Qualität dieser Begegnungen aussagt, beschäftigt sich diese Arbeit mit der Frage, wie wichtig diese Form des alternativen Tourismus für interkulturelle Begegnungen sein kann. Kann diese Tourismusform wirklich dazu beitragen, dass negative soziokulturelle Auswirkungen auf Bereiste und Reisenden verringert oder eingeschränkt werden können? Welche Faktoren spielen dabei eine entscheidende Rolle, und werden sie vom solidarischen Tourismus erfüllt? Inwieweit kann der solidarische Tourismus in wirtschaftlicher und ökologischer Hinsicht fördernd für die bereiste Region wirken? Diesen Fragen sollen in der Arbeit beantwortet, und die Chancen und Risiken dieser alternativen Tourismusform aufgezeigt werden.

## **1.2 Aufbau der Arbeit**

Die Arbeit gliedert sich in drei große Bereiche. Zunächst werden verschiedene Ansätze der interkulturellen Kommunikation betrachtet und eine erste Verknüpfung mit dem Tourismus hergestellt. Da das Feld der interkulturellen Kommunikation sehr groß und komplex ist, wurden die Elemente Machtunterschiede und Machtdistanz (2.2), Vorurteile und Stereotypen (2.3), Rollen (2.4), Fremdheit (2.5), Identity-groups (2.6) und Bedingungsfaktoren für interkulturelle Begegnungen im Tourismus (2.7.2) ausgewählt. Die gewählten Elemente sollen einen Aufschluss über mögliche Konfliktfelder im Tourismus geben.

Im zweiten Teil wird dann der Tourismus an sich betrachtet. Zunächst wird die Entstehung von Reiseformen (3.1) dargestellt und der Begriff als solcher definiert (3.2). Schließlich wird die Tourismuskritik (3.3), in ihrer Entstehungsweise und in wirtschaftlicher, ökologischer und soziokultureller Dimension betrachtet. Im Anschluss werden zentrale Elemente der Unternehmensverantwortung im Tourismus (3.4) betrachtet, und die Entwicklung und die Bedeutung des Tourismus in Südamerika und Bolivien aufgezeigt (3.5).

Der aus der Kritik hervorgegangene alternative Tourismus wird anschließend definiert (4.1) und seine verschiedenen Arten wie Ökotourismus, Ethnotourismus, sanfter oder nachhaltiger Tourismus vorgestellt. Es folgen Motivationen (5.) und Tourismustypen (6.), in der der Versuch der systematischen Einordnung vorgenommen wird.

Im dritten Kapitel wird dann auf den solidarischen Tourismus eingegangen. Im ersten Schritt wird dazu die Entwicklung vorgestellt (7.1), gefolgt von einer Auseinandersetzung

mit dem Begriff und Definition (7.2). Es folgen die Elemente des solidarischen Tourismus (7.4.), wie Motivation, Zielgruppe, Akteure oder die Durchführung. Anschließend wird ein konkretes Projekt der bolivianischen Nichtregierungsorganisation „Sustainable Bolivia“ (8.) betrachtet und ausgewertet. Es folgen Resultate in ökonomischer (9.1), ökologischer (9.2) und soziokultureller (9.3) Dimension, in der die im ersten Kapitel genannten Aspekte aufgegriffen und untersucht werden.

Abgeschlossen wird die Arbeit mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen in einer Schlussbetrachtung sowie einem Ausblick (10).

## **2. Theoretische Grundlagen**

### **2.1 Einführung in die interkulturelle Kommunikation**

Die Interkulturelle Kommunikation ist ein Forschungsfeld, das in den letzten Jahren im Zuge der Globalisierung stark an Auftrieb erlebte. Es gibt viele klassische Werke (Trompenaars, Hofstede, Hall u.a.), die sich mit der Kommunikation zwischen zwei verschiedenen Kulturen beschäftigen und damit verbundene Probleme und Möglichkeiten aufzeigten. Dabei wird argumentiert, dass es verschiedene Kulturdimensionen gibt, die aber in interkulturellen Begegnungen zunächst nicht sichtbar sind (Eisbergmodell) und es dadurch zwangsläufig zu interkulturellen Konflikten kommt. Diese Autoren gehen von einer Polarisierung zwischen zwei Extremen (in diesem Fall zwei Kulturen) aus, indem gewisse kulturelle Paare gegenüber gestellt werden (z.B. Individualismus/Kollektivismus, monochron/polychron, High Context/Low Context u.a.). Diese sollen vor allem in der Geschäftswelt Aufschluss über das Verhalten des Geschäftspartners geben, und so die Verhandlung für die Interagierenden einfacher gestalten.

Anhand von critical-incidents, also lebensnahen und möglichst realistischen Fallbeispielen, werden unter anderem bestimmte Kulturstandards<sup>1</sup> herausgefiltert, die für das interkulturelle Training verwendet werden können (Culture Assimilator).<sup>2</sup> Ziel ist die Sensibilisierung für eine andere Kultur, statt deren Assimilierung. Diese soll in interkulturellen Begegnungen dafür sorgen, die „kulturelle Brille“ absetzen zu können (vgl. Heringer 2004:223).

---

<sup>1</sup> „Unter Kulturstandards werden alle Arten des Wahrnehmens, Denkens, Wertens und Handelns verstanden, die von der Mehrzahl der Mitglieder einer bestimmten Kultur für sich persönlich und andere als normal, selbstverständlich, typisch und verbindlich angesehen werden. Eigenes und fremdes Verhalten wird auf der Grundlage dieser Standards beurteilt und reguliert.“ (Thomas 1993:382 zitiert nach Heringer 2004:195)

<sup>2</sup> „Interkulturelles Lernen bedeutet, Menschen zur Kommunikation mit Menschen anderer Kulturen zu befähigen, ohne dass sie sofort Wertungen bzw. Abwertungen vornehmen.“ (Herdin / Luger 2001: 9)



In dieser Arbeit soll aber kein fester Kulturbegriff verwendet, sondern vielmehr Kultur als etwas flexibles, nicht abgeschlossenes, betrachtet werden, das einem dynamischen Prozess durch interne und externe Einflüssen ausgesetzt ist (vgl. auch Heringer 2004:158).

Ein weiteres Feld ist die nonverbale Kommunikation. Es wird argumentiert (Watzlawick, Goffmann, usw.), dass in jeder Interaktion nonverbal kommuniziert wird, man also „nicht nicht kommunizieren“<sup>3</sup> kann, und dafür verschiedene Kanäle benutzt werden (z.B. Argyle 1989:19).

Da das gesamte Feld der interkulturellen Kommunikation sehr groß und komplex ist, sollen in dieser Arbeit für den solidarischen Tourismus nur einige Aspekte herausgegriffen und erläutert werden. Dazu gehören 1) Macht und Machtverhältnisse, 2) Vorurteile und Stereotypen, 3) das Fremde und Fremdheit, 4) Rollen, und 5) Identity-groups.

## **2.2. Machtunterschiede und Machtdistanz**

Machtunterschiede und Machtdistanz sowie ihre zugrunde liegende Hierarchie spielen eine wichtige Rolle im solidarischen Tourismus. Immer wenn mehrere Personen für das Lösen eine Aufgabe zusammenkommen, entsteht durch verschiedene Kriterien (z.B. Alter, Geschlecht, Bildungsgrad) eine Hierarchie, an der sich die Mitglieder einer Gruppe orientieren. Sie gibt vor, wer der Gruppenführer ist und wer Anweisungen erteilt und erhalten kann (vgl. Cushner/Brislin 1996:305). Cushner und Brislin (1996) nennen insgesamt vier Aspekte, die die Notwendigkeit zur Bildung von Hierarchie in einer Gruppe (im interkulturellen Kontext) und das eigene Einordnen in dieselbe aufzeigen:

a) das Herausfinden der Kriterien für die Besetzung einer Position in der Hierarchie der Kultur, in der man lebt, b) das Wissen, wie jeder Einzelne bezüglich seiner Position in der Hierarchie mit Respekt behandelt wird, c) das Wissen, wie andere in der (Gast-)Kultur behandelt werden und d) das Finden des eigenen Weges durch die Bürokratie der anderen Kultur, angesichts der vielen vorhandenen, sich oft überschneidenden Hierarchien (ebd.:312).

### **Status**

Der Status einer Person ist durch die (soziale) Hierarchie geprägt und spiegelt sich in unserem täglichen Verhalten wider. Jeder Mensch hat einen unterschiedlich hohen Status, der sich zeigt, wenn er mit anderen Personen in Interaktion tritt. Daran sind auch bestimmte Erwartungen geknüpft, wie der Interaktionspartner sich gemäß seines Status „zu verhalten hat“. Er kann unter anderem an den oben ausgeführten Elementen festgemacht werden und sich von Kultur zu Kultur unterscheiden. Auch das Verhalten kann beeinflusst

---

<sup>3</sup> Siehe hierzu vor allem Watzlawick, P. / Beavin, J.H. / Jackson Don D. (2000): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. 10 unveränderte Auflage. Berlin/Göttingen/Toronto/Seattle: Hans Huber Verlag, S.50f

werden, wenn einem der Status des Gegenüber als zu gering erscheint und man lieber auf „Augenhöhe“ interagieren möchte (vgl. Cushner/Brislin 1996:312).

Bezogen auf die Klassenzugehörigkeit lässt sich ähnliches feststellen. Jede Person wird gewöhnlich in eine soziale Klasse geboren. Die Merkmale können u.a. das Einkommen, das Bildungsniveau, die Arbeit oder das bewohnte Viertel sein. Die Klasse ist ein soziales Konstrukt zur Systematisierung der Gesellschaft. Es kann passieren, dass man sich selber klassenlos sieht, aber in einer anderen Gesellschaft starke Klassendifferenzen ausmacht, da man seine eigene aufgrund der eigenen Sozialisation als „natürlich“ gegeben und unveränderbar wahrnimmt. Dies führt dazu, dass man bei Auslandsaufenthalten in anderen Kulturen erschrocken reagiert, wenn das Verhalten der Personen durch ihren (augenscheinlichen) Klassenstand geprägt ist (vgl. ebd.: 313).

## Macht

Durch Klasse und Status können gewisse Machtverhältnisse entstehen. So haben in der Regel diejenigen mehr Macht, die auf einer höheren Hierarchieebene stehen oder einer höheren Klasse angehören. Mit den Phänomenen Macht und Machtverhältnissen setzte sich Hofstede (2006) in seinen Forschungen auseinander. Anhand eines Machtdistanz-Index stellt er verschiedene Machtdistanz-Dimensionen auf, die angeben, ob eine ungleiche Verteilung von Macht akzeptiert (und erwartet) wird oder nicht (Hofstede/Hofstede 2006:522).

Nach Max Weber bedeutet Macht „die Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht.“ (zitiert nach Claessens 1974:145). Dabei kann Kontrolle auf das Verhalten Anderer ausgeübt werden. Kidder (1977)<sup>4</sup> hat für den Auslandsaufenthalt festgestellt: „sojourners from highly industrialized nations are often given more status in these countries because of where they are from, not because of any inherent qualities they may have“ (Cushner/Brislin 1996:314). David Kipnis (1976)<sup>5</sup> hat dazu vier Veränderungen ausgemacht, die durch das Aneignen von Macht auftreten können. Demnach nutzen Machtinhaber a) die Macht für sich selbst, b) um ihre Mitmenschen herabzusetzen und sich mit deren Erfolg zu schmücken, c) um nicht kritisiert zu werden (keiner mag es Machthabern schlechte Nachrichten zu übermitteln aus Angst vor negativen Konsequenzen), und d) übertreiben damit ihre eigene Selbstherrlichkeit und entwickeln ein falsches Selbstbild (vgl. ebd.:315). Damit Macht keine negativen Folgen hat, müssen gemeinsame, übergeordnete Ziele zwischen den beteiligten Gruppen gefunden und der Status ausgeglichen werden anstatt Differenzen zu betonen (vgl. Klineberg 1982:52). Des

---

<sup>4</sup> Siehe hierzu ausführlich: Kidder, L.H. (1977): The inadvertent creation of neo-colonial culture: A study of Western sojourners in India. *International Journal of Intercultural Relations*, 1, 48-60

<sup>5</sup> Siehe hierzu ausführlich: Kipnis, D. (1976): *The power holders*. Chicago: University of Chicago Press

Weiteren ist der Kontakt umso erfolgreicher, je stärker die sozialen Bedürfnisse des Individuums befriedigt werden können und je freier er von Diskriminierung und herablassender Haltung ist (ebd.:54).

### Status, Macht und Tourismus

Durch den technologischen Vorsprung vieler Ursprungsländer von Reisenden, werden diese als „etwas Besseres“ oder als „allwissend“ angesehen. Ihr Status wird also erhöht. Das kann zu einem Gefühl von Macht und Überlegenheit westlicher Zivilisationen führen, das sich durch den Kontrast von Konsument (Reisender) und Dienstleister (Bereister) verstärkt. Der Tourist steht also automatisch über dem Einheimischen, was einen Dialog auf Augenhöhe schwer realisieren lässt. Eine logische Reaktion wäre, dass der Einheimische dem Touristen aus dem Weg geht. Der Bereiste wird auf kulturelle und folkloristische Eigenschaften reduziert.

„Wie schon zu Kolonialzeiten scheint den außereuropäischen Kulturen der Status von Kindern zugesprochen zu werden. [...] Als kulturell wahrgenommen und betont werden jene Aspekte des sozialen Lebens, in die die Menschen hinein geboren werden – Verwandtschaft, Sprache, Ritual und Brauchtum -, die also bereits vorgegeben und nicht frei wählbar sind.“ (Goethe 2002:21)

Privilegierte Pässe und hohes ökonomisches Kapital sorgen für ein „Mehr“ an Mobilität des Touristen. Das ermöglicht ihm den globalen Raum zu erschließen und kulturelles Kapital anzueignen (vgl. Steyerl 2002:41). Dieser globale Raum ist z.B. für Migranten schwer passierbar und mit Einreiseverboten und Beschränkungen belegt. Migranten und Touristen bewegen sich also „in ganz verschiedenen Schichten einer globalen Klassengesellschaft.“ (ebd.42) Genauso ist es mit Einheimischen und Touristen. Ein anderes „Privileg“ des Touristen ist die im Ausland fehlende soziale Kontrolle, da er sich außerhalb von Familie, seinen sozialen Netzwerken und der gewohnten Gesellschaft bewegt. Das Praktizieren dieser „neu gewonnenen“ Freizügigkeit kann von der bereisten Bevölkerung aufgenommen und als Stereotyp auf die gesamte (Touristen-)Gruppe übertragen werden

## 2.3 Vorurteile und Stereotypen

Ein immer wieder diskutierter Punkt der interkulturellen Begegnung und Kommunikation sind Vorurteile und Stereotype. Beide gehen auf Attributionen, also Zuschreibungen einer Sache, eines Verhaltens oder einer Eigenschaft auf einen anderen Menschen zurück. Bei der Attribution unterscheidet man generell zwischen externer und interner Attribution (vgl. Breede 2009:78). Externe Attribution liegt vor, wenn man das Ergebnis einer Handlung der

Situation und externen Umständen zuschreibt. Interne Attribution hingegen liegt vor, wenn man das Ergebnis einer Handlung der Persönlichkeit, der Einstellung oder dem Zustand des Handelnden zuschreibt (ebd.:78).

Stereotype entstehen, wenn externe Attributionen ausgeblendet werden, und nur interne Zuschreibungen Berücksichtigung finden. Auch spielen die Erwartungen bezüglich des Verhaltens des Interaktionspartners eine wichtige Rolle. Diese werden von Miller/Steinberg (1975) in eine kulturelle (Kulturstandards und Kulturdimension), soziologische (Gruppenzugehörigkeit) und psychologische (Persönlichkeit des Anderen, Unterscheidung zu anderen Mitgliedern der Gruppe) Ebene aufgeteilt (Breede 2008:80).

### Definition

Stereotype können definiert werden als „ausgestaltete, langlebigere und gesellschaftlich meist etablierte Formen von Vorurteilen.“ (Breede 2008:81). Eine Weitere Definition nennen Herdin und Luger (2001): „Verbale Äußerungsformen, die sich auf soziale Gruppen beziehen, werden als Stereotype bezeichnet.“ (Herdin/Luger 2001: 11). Man kann also festhalten, dass es sich bei Stereotypen um langlebige, negative oder positive Zuschreibungen (Generalisierungen) handelt, die einer bestimmten Gruppe oder einem Mitglied einer Gruppe ab- oder zugesprochen werden. Des Weiteren bestehen sie schon vor der ersten Begegnung und bauen auf Vorurteilen<sup>6</sup> auf.

Man unterscheidet in der Regel zwischen Autostereotypen (wie sich die Gruppe selbst beurteilt/sieht), Heterostereotypen (wie die Gruppe eine andere beurteilt/sieht) und Metastereotypen (wie die Gruppe von anderen beurteilt/gesehen wird) (vgl. Triandis 1975:165).

### Funktionen und Merkmale

Stereotype haben im Prinzip drei Hauptfunktionen (Breede 2008:83): Komplexität wird für einen einfacheren Umgang mit dem Fremden und eine bessere Orientierungshilfe verringert (Wir können deshalb Stereotype „nicht nicht benutzen“, [Breede 2008:83]). Zweitens bilden sie eine Schutzfunktion, die das eigene positive Bild bewahrt und schließlich wird durch Stereotype die eigene Gruppe durch eine Abwertung anderer Gruppen aufgewertet, was gleichzeitig das Zusammengehörigkeitsgefühl (durch gemeinsam geteilte Werte) innerhalb der Gruppe stärkt (vgl. Herdin/Luger 2001:11).

Charakteristisch für Stereotype ist außerdem, dass sie meist nicht ausschließlich erfunden sind, sondern, dass sie für gewöhnlich ein Stückchen Wahrheit enthalten. Dabei wird jedoch ein beobachtetes Merkmal eines Individuums auf die ganze Gruppe, oder ein

---

<sup>6</sup> „Vorurteile sind Urteile über Menschen, Gruppen oder Sachverhalte, die voreilig gefällt werden und eine Verallgemeinerung darstellen. Sie bringen eine Ansicht zum Ausdruck, die nicht auf ihre Richtigkeit überprüft ist und dennoch als richtig ausgegeben wird.“ (Kösterke 2000:29)

Stereotyp einer Gruppe (einer Kultur) auf jede Einzelperson projiziert. Weitere Merkmale von Stereotypen sind eine a) Abhängigkeit von Gruppenunterschieden, b) Abhängigkeit von Nähe und Distanz der stereotypisierten Gruppe, c) Abhängigkeit vom eigenen Gruppenbild, d) Resistenz und e) Relevanz für Gruppeninteraktion (vgl. Triandis 1975:170f).

### Übertragung

Die Übertragung kann verbal oder nonverbal erfolgen. Vor allem die Medien (Fernsehen, Zeitung, Reisekataloge, usw.) spielen eine wichtige Rolle, da sie „echte“ und „authentische“ Bilder aus den Regionen zeigen. Auch die persönliche Kommunikation, Erzählungen von Freunden und Verwandten sind meinungsbildend, welche meist die hartnäckigsten Stereotype darstellen. Denn „je weniger der unmittelbare Kontakt mit der betroffenen Fremdgruppe besteht, umso besser können sich Vorurteile, durch das bloße Austauschen von Informationen, in ‘reiner’ Form erhalten.“ (Herdin/Luger 2001:12)

### Umgang mit Stereotypen

Es können a) ein gleicher Status der beteiligten Personen, b) ein intimer statt oberflächlicher Kontakt, c) eine Kontaktsituation, die unabhängige Aktivitäten, gruppeninterne Kooperation und gemeinsame übergeordnete Ziele beinhaltet, d) Kontaktsituationen, die erfreulich und lohnend sind und e) ein soziales Klima, das den Kontakt und die Harmonie zwischen den Gruppen fördert, zum Abbau von Stereotypen und Vorurteilen beitragen (vgl. Bochner 1982:16). Des Weiteren müssen eigene Schwächen akzeptiert werden, sodass die Toleranz gegenüber Anderen und „Fremden“ zunehmen und die empfundene Bedrohung des Selbstwertgefühls abnehmen kann (vgl. Kösterke 2000:29).

Ein flexibler Umgang mit Stereotypen durch Offenheit gegenüber neuen Aspekten des anderen ist daher wichtig, gerade weil Stereotype keine definitiven Antworten sind. Nur so „können wir die positiven Aspekte – die Orientierung und Sensibilisierung für kulturelle Unterschiede – nutzen, ohne einen – zumeist noch wertenden – Tunnelblick zu bekommen.“ (Breede 2008:84)

### Stereotype im Tourismus

Im Tourismus, bzw. in interkulturellen Begegnungen haben Stereotype die Folge, dass vor allem auf jene Elemente geachtet wird, die das eigene Bild bestätigen. Die Erfahrungen, die die Touristen machen, entsprechen ihrer eigenen vorgestellten Realität, sodass sie für andere Dinge keine Augen haben und nur nach einer Bestätigung ihrer Ideen suchen. Eine Verhärtung der Vorurteile ist wahrscheinlich, „wenn ein Urlauber [...] innerhalb eines

‚Touristen-Ghettos‘ bleibt oder z.B. die Hotelanlage von der sozialen Umwelt im besuchten Land abgeschnitten ist.“ (Kösterke 2000:29)

Andere Eindrücke finden unter Umständen keinen Platz, da es einer Überarbeitung der eigenen Ansichten und Weltvorstellungen bedarf, die teilweise mit echten Identitätskrisen verbunden sein können. Außerdem hat man in den meisten interkulturellen Begegnungen im Tourismus oft nicht die Zeit und die Lust, sich intensiv und individuell mit einer Person zu beschäftigen. Bei intensiveren Begegnungen wie im solidarischen Tourismus, lässt sich anderes vermuten.

## 2.4. Rollen

Neben den Stereotypen ist es wichtig, auch die Rollen näher zu betrachten. Eine Rolle kann definiert werden als „a set of behaviours one engages in that is specific to a certain position one holds, be it ascribed (e.g., mother, wife, female) or achieved (e.g., bank president, professor)“ (Cushner/Brislin 1996:296). Eine Rolle kann entweder zugeschrieben („Kind“, „Schüler“, „Mutter“) oder erworben („Akademiker“, „Klassensprecher“) werden (Dahrendorf 2006:60).

Rollen sind des Weiteren sehr eng mit Erwartungen verbunden, die sich auf das Verhalten und die Handlung der Rollenspieler auswirken bzw. auswirken können. Der Träger einer Rolle weist ganz bestimmte Rollenattribute auf. Sie sollen bestimmen, wie eine Person in Bezug auf physische (Größe, Ethnie, Alter usw.), wahrnehmbare (Kleidung, Auftreten, Ausdrucksweise) und erfragbare (Leistungsmerkmale) Elemente, zu sein hat (ebd.:37). Des Weiteren werden soziale Rollen eines Menschen in die drei Kategorien „Muss-“ (ein Lehrer muss unterrichten), „Soll-“ (ein Lehrer sollte kollegial sein) und „Kann-Rollen.“ (ein Lehrer kann Nachhilfe geben) unterteilt (vgl. ebd.:42f).

Durch das Bewusstsein seiner vielen Rollen, können beim Rollenspieler verschiedene Konflikte auftreten. „Intrarollenkonflikte“ sind Spannungen innerhalb einer Rolle (der Lehrer sieht sich unterschiedlichen Erwartungen von Schülern, Kollegen, Rektor oder der Schulaufsicht ausgesetzt). „Interrollenkonflikte“ beschreiben Konflikte zwischen zwei eingenommenen Rollen (der Lehrer ist zugleich noch Vater, Mitglied im Sportverein, die beide von ihm erwarten, Zeit aufzuwenden) (vgl. ebd.:82).

### Rollen und Tourismus

Rollen, Rollenerwartung, und -auffassung sind kulturell und gesellschaftlich sowie durch Hierarchie und Distanz geprägt. Im Tourismus nehmen Touristen, Einheimische und Touristenführer verschiedene Rollen an, was man mit Erving Goffmans (1969) Bühnentheater, bei dem zwischen Vorder- und Hinterbühne unterschieden wird, beschreiben kann. Auf diesen Bühnen stellen wir uns dar, je nachdem wie wir vom

Publikum wahrgenommen werden möchten, das in der Regel nur die Vorderbühne zu Gesicht bekommt, da der Zugang zur Hinterbühne von den Schauspielern kontrolliert wird (vgl. Goffmann 1969:217). Dean MacCannell (1973) hat Goffmanns Ansatz auf den Tourismus übertragen (vgl. Stiglechner 2008:13). Demnach ist die Vorderbühne die touristische Kulisse, in der alle vorhandenen kulturellen Artefakte präsentiert werden, und der Tourist sich in der für ihn gefertigten Infrastruktur bewegt. Die Hinterbühne (Alltag der Einheimischen) bleibt aber dem Touristen in den meisten Fällen verborgen. In den neuen Tourismusformen, wie z.B. Ethnotourismus, community-based oder solidarischer Tourismus, versucht der Reisende einen Blick auf die Hinterbühne zu gewinnen. Auch diese scheinbar „authentischen“ Momente sind in der Regel inszenierte und gespielte Szenen, die das Publikum, also den Touristen, dazu veranlassen, „der dargestellten Rolle ein Selbst [Einheimischer] zuzuschreiben, aber dieses zugeschriebene Selbst ist ein Produkt erfolgreicher Szene, und nicht ihre Ursache.“ (Goffmann 1969:231).

Marion Thiem (2001) unterscheidet, ausgehend von einem Modell von Jafar Jafari (1982) zwischen vier Kulturen, die die touristische (interkulturelle) Begegnung prägen (Thiem 2001:27): Die Kultur der Quellregion, die Ferienkultur, die Dienstleistungskultur und die Kultur der Zielregion.

„Die Kultur der Quellregion umfasst das, was für die Einwohner einer touristischen Entsenderegion typisch ist.“ (ebd.:27). Gemeint sind hier die Reisenden aus den Industriegesellschaften, also auch aus Deutschland, die sich durch Individualisierung, Rationalisierung und Arbeitsteilung auszeichnen. Des Weiteren „sitzt“ hier das touristische Kapital.

„Die Ferienkultur ist das, was für die Gesamtheit der direkt vom Tourismus Betroffenen aus einer industriegesellschaftlichen Entsenderegion typisch ist.“ (ebd.:28) Der Mensch in seiner Rolle als Reisender mit all seinen Eigenschaften ist hier genauso gemeint wie Reiseveranstalter, Reisebüros, touristische Werbung usw. Es wird davon ausgegangen, dass sich der Tourist im Urlaub anders verhält, da er möglichst „frei“, ohne Zwänge, reisen möchte und daher diese Ferienkultur (Ferienrolle) annimmt.

„Die Dienstleistungskultur stellt das dar, was für die vom Tourismus Betroffenen einer bestimmten Empfangsregion [...] typisch ist.“ (ebd.:28) Hier wird der Bereiste in seiner Rolle beschrieben, in der er einen bestimmten Lebensstil, bestimmte Verhaltensweisen an den Tag legt, um dem Touristen einen bestimmten Eindruck zu geben (Vorderbühne). Dazu können extra Einrichtungen und eine Infrastruktur aufgebaut werden. Im peruanischen Cuzco zum Beispiel dürfen Bettler wegen des touristischen Bildes nur in typischer Tracht betteln (vgl. Baud/Ypeij 2009:11)

„Die Kultur der Zielregion ist das, was für alle Bewohner einer touristischen Empfangsregion [...] typisch ist.“ (Thiem 2001:28). Goffmann würde hier von der „Backstage“ sprechen, also dem „richtigen“ Leben hinter der touristisch inszenierten Fassade. Es umfasst die Zielregion in ihrer Eigenschaft als Lebens und Wirtschaftsraum. Dieser Punkt kommt besonders bei alternativen Reiseformen zum Tragen, da versucht wird, in diesen Raum vorzustoßen.

So kann man festhalten, dass der Urlaub (fast) immer einem inszenierten Spiel gleicht, „in dem jeder ‚seine‘ Rolle spielen darf“ (Opaschowski 1996:106) und einnimmt. Im „klassischen“ Tourismus werden die Touristen nie die Kultur der Zielregion sehen, genauso wenig wie die Einheimischen die Kultur der Quellregion wahrnehmen können, was zu gegenseitigen Stereotypisierungen führen kann.

## **2.5 Fremdheit und Modi des Fremdverstehens**

Fremde und Fremdheit haben schon seit Menschengedenken eine Rolle gespielt. Der Unterschied zwischen Früher und Heute besteht in einer Zeit-Raum-Verdichtung, der unterschiedlichen Erfassung des Fremden sowie seiner Zuschreibung. Denn heute „erscheint [Fremdes] vielleicht als typisches Moment der Moderne, als beunruhigendes Kennzeichen einer Welt, mit rasch überwindbaren Distanzen, die sich vernetzt und zusammenrückt.“ (Heil 2001:10). Dadurch entsteht ein Netz von immer mehr gegenseitigen Abhängigkeiten und Überschneidungsbereichen (vgl. Schäffter 1991:11)

Es gibt in der Literatur keine allgemeingültige Definition von Fremdheit oder Fremden, jedoch kann man einige allgemeine Merkmale bestimmen. Demnach ist fremd „etwas nur im Verhältnis zum Eigenen.“ (Vogel 2002:87), „keine Eigenschaft von Dingen und Personen, sondern ein Beziehungsmodus, in dem wir externen Phänomenen begegnen“ (Schäffter 1991:12), ist situationsbestimmt, „subjektiv und relativ“ (Heil 2001:10) und „entsteht immer durch den Unterschied des eigenen, vertrauten Lebensraumes, der eigenen Denkgewohnheiten und ethisch-religiösen Grundlagen zu den anderen.“ (Hellmich 1991:83).

Durch Entgrenzungen und Überschneidungen entstehen neue Kontaktflächen, auf denen die Menschen in Kontakt treten und die Erfahrung des Fremden erst bedeutsam machen (vgl. Schäffter 1991:12). Unterschiedlichkeiten erfahren erst durch die auftretende Nähe an sozialer Bedeutung und können persönliche, gruppenbezogene, politische, ökonomische und kulturelle Konflikte hervorrufen (vgl. ebd.:11).

Wie bei Stereotypen, Rollen und Status, steht auch Fremdheit im Kontext mit Erwartungen, die man vom Gegenüber hat. In interkulturellen Begegnungen stoßen jedoch



verschiedene Konzepte und Wahrnehmungstraditionen sowie Erwartungshaltungen aufeinander. Besonders kulturell weit entfernte „Erwartungshorizonte produzieren andere, fremde Erwartungssysteme. „In ihnen kann dann plötzlich das eigene Verhalten falsch, da ‚fremd‘ sein, weil es auf falschen/eigenen Erwartungen basiert.“ (Claessens 1991:52). Schäffner (1991) nennt vier „Modi des Fremdvertehens“ (Schäffner 1991:18ff): Fremdheit als Resonanzboden des Eigenen, Fremdheit als Gegenbild, Fremdheit als Ergänzung und Fremdheit als Komplementarität.

### Fremdheit und Tourismus

Schäffners Modus „Fremdheit als Ergänzung“ kann in vielen Tourismusformen beobachtet werden. Schließlich verkörpert das Fremde einen gewissen Reiz, das den reisenden dazu anregt, eben dieses Fremde zu entdecken und ggf. auch anzueignen. Jedoch kann man als Tourist nicht mehr „das Fremde“ entdecken, wie die großen Abenteurer und Entdecker Marco Polo, Columbus oder Cortéz zu ihrer Zeit, da das Fremde durch verschiedene Prozesse vertraut gemacht wurde. Reiseführer, Romane, Urlaubsfotos, Filme, Zeitungen etc. sorgen dafür, dass gewisse Bilder des Fremden bereits vor dem Aufbruch in den Köpfen der Menschen vorhanden sind (Stereotypenbildung). Im Urlaubsgebiet hat der Tourist die Möglichkeit „der Fremde“ immer wieder zu entweichen, anstatt sich mit ihr auseinanderzusetzen.<sup>7</sup>

Das „authentisch“ Fremde wird dadurch nur auf das Klima, folkloristische Veranstaltungen und die Sprache herabgestuft. Der Antrieb, sich außerhalb der touristischen Infrastruktur zu bewegen um der tatsächlichen Fremde zu begegnen schwindet, je komfortabler die Unterkunft („das Zuhause“) in der Fremde ist (vgl. Eder 1991:162). Paradoxerweise werden im Urlaub genau die fremden Elemente aufgesucht, die im Heimatland meist strittige Symbole und Einstellungen sind, wie Moscheen, Zeitverständnis, vermeintliche „lockere“ Atmosphäre. Mensch und Medien verfahren dabei nach dem gleichen Prinzip: Im Ausland wird das Fremde folkloristisch exotisiert und idealisiert, während es zu Hause ausgestoßen wird oder sich anpassen muss. Ein gutes Beispiel hierfür bilden die Einwanderungs- und Integrationsdebatten. Im Ausland ist das Fremde gewollt, im Inland wird es kritisch betrachtet. Auf der anderen Seite wird der Fremde (fast) nie die Möglichkeit haben, den Touristen in seiner „natürlichen“ Umgebung zu sehen.<sup>8</sup> Ein Modell, das die Wirkungen auf die Gastgeberkultur durch Tourismus und Reisen systematisch darstellt, hat Thomas Lüem (1985) entwickelt. Er geht von verschiedenen

---

<sup>7</sup> „Der Tourist ist vom heimischen Wohnsilo in den Hotelsilo in der Fremde gewechselt, ist von Dusche zu Dusche gereist, stellt seinen Wecker und die Bilder seiner Lieben auf den Tisch in Normhöhe – und ist zu Hause.“ (Eder 1991:161)

<sup>8</sup> Dazu sei bemerkt, dass es etwa nur 20% der Weltbevölkerung sind, die 90% aller Touristen stellen, wobei ein starkes West-Ost, sowie Nord-Süd Gefälle in der Reiseintensität feststellbar ist. (vgl. Eder 1991:159)

Stufen aus, die im Extremfall eine Akkulturation bzw. einen Kulturwandel bedeuten (Lüem 1985:68). In der ersten Phase tritt der sogenannte Demonstrationseffekt auf, bei dem die kulturellen (ökonomischen) Unterschiede sichtbar werden. Es schließt sich die Phase der Imitationseffekte an, in der die Einheimischen versuchen, die Fremdheit und Unterlegenheit durch Imitation des Verhaltens der überlegenen Touristen auszugleichen. Identifikationseffekte gehen weiter als das bloße Nachahmen touristischen Verhaltens, da sie „für ein Individuum die vollständige Aufgabe seiner ursprünglichen, tradierten Kulturzugehörigkeit [darstellen]“ (Lüem 1985:76). Akkulturationseffekte umfassen dagegen alle anderen, nicht verhaltensbezogenen Kulturveränderungen, die ebenfalls durch Demonstrationseffekte ausgelöst werden (vgl. ebd. 1985:77).

Der alternative (solidarische) Tourismus ist ein Ansatz, bei dem „die Fremde“ eine zentrale Rolle spielt, möchten Alternativtouristen doch möglichst viel vom „echten Land“ sehen und einen Blick auf Goffmans Hinterbühne werfen. Schließlich ist für sie „das Kennenlernen von fremden Kulturen ein entscheidender Faktor zur Gestaltung der schönsten Wochen des Jahres.“ (Vogel 2002:86)

## 2.6 Identity-Groups

Kurz soll auch noch auf Gruppendynamiken eingegangen werden. Es müssen bestimmte Voraussetzungen gegeben sein, damit sich eine Gruppe formiert. Der Ansatz der Identity-Groups von Singer (1998) kann helfen, diesen Prozess zu verstehen. Zunächst stellt er fest, dass keine Person ein Teil von einem Ganzen sein kann, da wir uns alle durch unterschiedliche Eigenschaften, Werte und Vorstellungen und kulturelle Gruppenzugehörigkeit unterscheiden, sodass jedes Individuum als kulturell einzigartig angesehen werden muss (vgl. Singer 1998:Xiii). In diesem Sinne ist so auch jede zwischenmenschliche Interaktion in gewisser Weise eine interkulturelle Kommunikation (vgl. ebd.:Xiii). Um eine Gruppe zu formen, muss deshalb die Schnittmenge von (Gruppen-)Gemeinsamkeiten im Mittelpunkt des Interesses liegen. Wenn sich die Interaktionsteilnehmer in der gleichen Umgebung befinden, ähnliche Aufgaben und Ziele verfolgen, kann man schlussfolgern, dass auch die Wahrnehmung der Dinge ähnlich ist, eine „perceptual group“ entsteht (vgl. ebd.:58). Wenn diese Gemeinsamkeiten kommuniziert werden entsteht daraus eine „Identity-Group“ (vgl. ebd.:59). Auch das Umfeld ist von Bedeutung, da sich jeweils ein Gesprächspartner an das Umfeld des anderen anpassen muss. Ferner darf man dabei nicht vergessen, dass seine eigene Kultur nicht das einzig legitime ist und im Sinne der Gruppenbildung muss man vorsichtig mit Vorurteilen und Stereotypen sein (siehe 2.3). Die Gruppenidentität wird dann durch das

Abwerten anderer Gruppen verstärkt.<sup>9</sup> Der Ansatz der Identity-Groups widerlegt damit viele Annahmen, die behaupten, dass interkulturelle Schwierigkeiten nur zwischen zwei Ländern, Regionen, Menschen verschiedener Herkunft bestehen, und betont ihrerseits die Wichtigkeit einer (gemeinsamen) Gruppenzugehörigkeit. Tourismusformen, in denen Gleichgesinnte aufeinandertreffen und sich austauschen, haben also gute Chancen zur Bildung einer Identity-Group.

## 2.7 (Interkulturelle) Begegnung

„Unter interkultureller Begegnung versteht man die persönliche Begegnung mit Menschen anderer Kulturen, mit ‚Land und Leuten‘, d.h. also der persönliche Kontakt mit der einheimischen Bevölkerung.“ (Kösterke 2000: 22)

Im Urlaub ergeben sich immer Begegnungsmöglichkeiten zwischen Menschen verschiedener Herkunft bzw. Kulturen. Bochner (1982) ergänzt, dass die Teilnehmer an einer Interaktion immer ihrer angehörigen Gruppe entsprechend und nicht als Individuum agieren würden (vgl. Bochner 1982:35). Des Weiteren sei festzustellen, dass mit wachsender Differenz zwischen den in Kontakt stehenden Gruppen, die Tendenz für die Teilnehmer, zwischen „in-group“- und „out-group“- Mitgliedschaft zu unterscheiden, zunimmt (vgl. ebd.:35).

### Unsicherheitsvermeidung

Die Uncertainty Reduction Theory geht u.a. auf Charles Berger und Richard J. Calabrese (1975) zurück.<sup>10</sup> Sie besagt, dass jeder Mensch in einem Kommunikationsprozess Unsicherheit zeigt und versucht, diese durch die Beschaffung von Informationen zu verringern (vgl. Breede 2008:93). Die Autoren gehen von einer kausalen Beziehung zwischen dem Ausmaß der verbalen Kommunikation und der Unsicherheit aus. Je länger die Interaktion anhält, desto geringer wird die Unsicherheit. Ein weiterer Punkt betrifft die Ähnlichkeit. Je ähnlicher man sich fühlt, desto geringer ist die Unsicherheit. Letztlich kann man feststellen, dass mit steigender Unsicherheit der Ausdruck von Sympathie gegenüber den anderen abnimmt. Im Umkehrschluss nehmen Sympathiebekundungen mit sinkender Unsicherheit zu. (Berger/Calabrese 1975:101f, zitiert nach Breede 2008:95). Um die angesprochenen Informationen zu finden, gibt es verschiedene Strategien: Passive Informationssuche (Beobachtung, um Schlüsse zu ziehen), aktive Informationssuche

---

<sup>9</sup> Weitere Ausführungen hierzu kann man unter anderem in Tajfel, H. (1982): Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotype. Bern/Wien finden.

<sup>10</sup> Hofstede/Hofstede (2006) definieren Unsicherheitsvermeidung als „der Grad, bis zu dem die Mitglieder einer Kultur sich durch uneindeutige oder unbekannte Situationen bedroht fühlen.“ (Hofstede/Hofstede 2006:223)

(Befragung eines Dritten über den Gesprächspartner) und interaktive Informationssuche (direkte Interaktion mit dem Anderen) (Breede 2008:95).

Damit eine interkulturelle Situation gut funktioniert, müssen beide Interaktionspartner ein ausgewogenes Verhältnis von Unsicherheit besitzen. Genug um Neugier und Interesse zu wecken und nicht so viel, dass man aus Ängstlichkeit Beziehung und Kontakt vermeidet.

### Bedingungsfaktoren

Interkulturelle Begegnung kann eine bedrohliche oder eine bereichernde Erfahrung sein (vgl. Bochner 1982:37). Damit es letzteres wird, nennt Kösterke (2000) insgesamt 14 Bedingungsfaktoren und günstige Vorraussetzungen für interkulturelle Begegnung und interkulturelles Lernen im Urlaub auf Seiten der Reisenden und zwei auf der Seite der Anbieter und des Urlaubslandes (Kösterke 2000:24). Auf der Seite der Reisenden sieht Kösterke zunächst das Interesse, sich vor und während der Reise über Land und Leute, Sitten, Gebräuche oder schlicht Lebensgewohnheiten und Traditionen der Bevölkerung zu informieren. Diese Aneignung sei viel effektiver als das bloße Besuchen von Sehenswürdigkeiten und bietet dementsprechend gute Voraussetzungen für die Ansprechbarkeit auf interkulturelle Begegnungen (vgl. ebd.:24). Des Weiteren muss der Tourist an persönlicher Begegnung, Kontakt und Gesprächen mit den Einheimischen außerhalb der Touristenströme interessiert sein. Nur so kann man das Land und seine Einwohner besser kennenlernen. Besonders wirksame, intensive Gespräche finden in den bereits beschriebenen identity-groups statt. Der persönliche Kontakt ist also „eine zentrale Vorraussetzung für interkulturelles Lernen im Urlaub.“ (ebd.:25). Ein weiterer Punkt sind die ausreichenden Sprachkenntnisse, die in der Regel eine Grundvoraussetzung sind, um mit Einheimischen intensive und bereichernde Gespräche zu führen. Jedoch können gute Sprachkenntnisse durch persönliche Eigenschaften wie Schüchternheit, Unsicherheit und Angst auch Gegenteiliges bewirken. Letztendlich kann man feststellen: „je entspannter die Situation, desto leichter fällt die Benutzung einer anderen Sprache, auch wenn sie fehlerhaft gesprochen wird oder einzelne Wörter fehlen.“ (ebd.:25) Auch Hemmfaktoren und Hindernisse für persönliche Kontakte und Gespräche mit Einheimischen sind aus dem Weg zu räumen, sodass das Interesse zur Aufnahme einer Interaktion mit den Einheimischen, aufrecht gehalten wird. Die Erfahrungen mit den Kontakten zu Einheimischen spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. So können sich positive und bereichernde Erfahrungen positiv auf die Wahrnehmung des Alltagslebens im Gastland und die weitere Kontaktaufnahme auswirken.

„Dies gilt noch verstärkt, wenn z.B. ein Austausch über Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Kulturen stattgefunden hat.“ (ebd.:26)

Die Reiseform kann sich ebenfalls unterschiedlich auf die interkulturellen Begegnungen auswirken, da je nach Bevorzugung einer bestimmten Reiseform, unter Berücksichtigung von bereits gemachten Erfahrungen, Rückschlüsse auf die Ansprechbarkeit auf interkulturelle Begegnungen gezogen werden können (vgl. Kösterke 2000:26f). Auf der anderen Seite können sich Erfahrungen mit organisierten Begegnungsmöglichkeiten, wie z.B. Schüleraustausch, Partnerschaften, Kulturevents, Freizeitprogramme, positiv auf ein hohes Kontakt- und Begegnungsinteresse auch im Urlaub auswirken (ebd.:27). Auch Reiseerfahrungen und allgemeine Reisemotive tragen dazu bei, interkulturelle Begegnungen zu begünstigen. So lässt sich aus der Motivation etwas Neues Kennenlernen zu wollen schließen, dass ein ausgeprägtes Interesse für Neues und zwischenmenschliche Begegnung besteht.

Des Weiteren spielen soziodemographische Merkmale wie Schulbildung, Alter und Nettoeinkommen eine Rolle, die von früheren Studien belegt worden sind (vgl. ebd.:28). Auch positive persönliche und freundschaftliche Kontakte und Erfahrungen zu Migranten in Deutschland können zu einer größeren Bereitschaft zur Kontaktaufnahme im Ausland führen. Gleiches kann man bei der Einstellung gegenüber Migranten beobachten. „Je positiver die Einstellung ist, desto größer dürfte die Ansprechbarkeit auf interkulturelle Begegnung im Urlaub sein.“ (ebd.:28). Schließlich sind die Reflexion der Erlebnisse vor und/oder während der Reise (z.B. durch persönliche intensive Gespräche) und das Bewusstsein über eigene (Auto- oder Meta-) Stereotype, Klischees und Vorurteile entscheidende Voraussetzungen für interkulturelle Begegnungen (vgl. ebd.:29). Zudem sollte man das Selbstbild des Heimatlandes kennen, um die Fähigkeit zur differenzierten Wahrnehmung und Offenheit gegenüber fremden Kulturen zu entwickeln.

Die interkulturellen Begegnungen sind jedoch keineswegs eine Angelegenheit ausschließlich auf Seite des Touristen. Für die Anbieter und Bereisten gibt es Voraussetzungen, die interkulturelle Begegnungen begünstigen. Der Reiseleiter kann in der Vermittlerrolle die Reisegruppe auf mögliche, schwierige Situationen vorbereiten, sie für den interkulturellen Kontakt sensibilisieren und dazu ermutigen, diesen zu suchen, sowie bei der persönlichen Reflexion zur Seite stehen. Neben dem Reiseleiter ist eine Kontaktbereitschaft der Einheimischen essentiell (vgl. ebd.:30). Diese hängt jedoch stark von den gemachten Erfahrungen mit den Urlaubern ab.

### **3. Einführung in den Tourismus**

#### **3.1 Entstehung und Geschichte**

Obwohl das Reisen an sich kein neues Phänomen ist, kann man erst seit relativ kurzer Zeit vom heute in der Gesellschaft verankerten Begriff des Tourismus sprechen (vgl. Freyer 2009:9). Im Hinblick auf die Entstehung und die Entwicklung des Reisens, kann man nach Freyer (2009) insgesamt vier Epochen ausmachen, die sich maßgeblich durch die Wahl des Transportmittels, der Motivation der Reisenden sowie der Schicht und Anzahl der Reisenden unterscheiden (vgl. Freyer 2009:10):

##### **Vorphase (bis ca. 1850)**

Während des römischen Reiches war die Reiseintensität sehr hoch ausgeprägt. Das ist auf die Größe des römischen Territoriums, und dessen einheitliches angewandtes Recht, derselben Währung und gut ausgebaute Infrastruktur zurückzuführen (vgl. Hachtmann 2007:30). Jedoch beschränkte sich das Reisen nicht nur auf das römische Reich, sondern auch andere Länder wie Ägypten und Griechenland wurden bereist. Neben der Bildung und des Handels waren auch Freizeit und Erholung (Thermalbäder, heiße Quellen) Hauptreisegründe.

Im Mittelalter gewannen Pilgerreisen zu nahen und fernen Klöstern zunehmend an Bedeutung. Diese lösten auch Bildungsreisen, vor allem junger Adelliger aus, die berühmte Autoren und Gelehrte treffen wollten, um ihren geistlichen Horizont zu erweitern. Die im 17. und 18. Jahrhundert durchgeführte „Grand Tour“ war für den Adel, die Elite und das privilegierte Bürgertum schon fast eine verpflichtende zwei- bis dreijährige Reise (vgl. Freyer 2009:12) nach Frankreich, Italien und Griechenland, um in ständische europäische Gepflogenheiten eingewiesen zu werden. Die Dienern und Hofmeistern, hatten die Aufgabe, die jungen Adelligen zu begleiten und erhielten somit eine erste Reiseleiterfunktionen (Hachtmann 2007:43). Interkulturelle Begegnungen kamen so jedoch hauptsächlich nur mit anderen Menschen aus der gleichen sozialen Schicht zustande. Mit der Aufklärung brach auch das Bürgertum zu Bildungsreisen auf, um von Anderen zu Lernen und Erfahrungen zu sammeln, während die Adelligen zunehmend aus Entspannungs- und Kurzwecken reisten (vgl. ebd.:47).

##### **Anfangsphase (1850 – 1914)**

Erst ab Mitte des 19. Jahrhunderts trat der Tourismus als Vergnügungsfaktor ins Blickfeld der neuen Mittelklasse und Eliten. Vor allem die verbesserte Infrastruktur von Straßen, Eisenbahn, Schifffahrt und Unterkunft, die die Reisekosten senkte und höhere Transportkapazitäten begünstigte, ermöglichte die Entstehung eines modernen Tourismus.

Durch technische Innovationen und zunehmenden Wohlstand im Zuge der Industrialisierung wurde der Tourismus langsam zu einem Massengut, das hauptsächlich der Erholung, vorzugsweise in der Natur, diente („Sommerfrische“). (vgl. Herdin/Luger 2001:7). Die Idee des Urlaub und der Erholung in der Natur hat der romantische Philosoph Jean-Jacques Rousseau geprägt. Rousseau reiste aus dem einfachen Wunsch, in der Natur das Ursprüngliche wiederzufinden, einem „vorhistorischen Naturzustand menschlicher Gesellschaft, in der für Unfreiheit und Ungleichheit kein Platz war.“ (Hachtmann 2007:60) Somit hat die Romantik einem positiven Naturverständnis und schließlich dem Massentourismus in Deutschland den Weg bereitet (vgl. ebd.:61).

Die erste Pauschalreise<sup>11</sup> organisierte 1841 der Brite Thomas Cook, der daraufhin in England günstige (Eisenbahn-)Reisen für die schwer schuftende Arbeiterschicht zusammenstellte. Neben den Arbeiterreisen fertigte er außerdem kulturell und historisch geprägte Angebote für Jugendliche (vgl. Opaschowski 1996:83). Daraus entwickelte sich langsam eine Branche mit Werbung, Marketing und Marktstrukturen und schließlich eine Standardisierung und Kommerzialisierung. Die Folge war, dass das Reisen immer kürzer wurde und schließlich nur noch dem Zeitvertreib diente. Intensive Vorbereitungen auf die Reise, die vorher noch Gang und Gäbe war, wichen den Informationen von Reiseleitern und -führern.

### Entwicklungsphase (1914 – 1945)

Nach dem Ersten Weltkrieg wurde die Reise weiterhin als regenerative Maßnahme angesehen, die sich jedoch nur auf die geistliche, nicht die körperliche Arbeit bezog. Im Zuge der Weltwirtschaftskrise gewannen die günstigen Jugendherbergen an Bedeutung. Sie entstanden „zeitgleich mit Naturfreunden, Wandervögeln, Pfadfindern und ähnlichen Jugendbünden“ (Hachtmann 2007:108) um die Jahrhundertwende und boten vor allem dem jungen Publikum, sowie später allen Teilen der Gesellschaft günstige Beherbergung in Gruppenzimmern. Ab diesem Zeitpunkt war das Reisen kein schichtspezifisches Privileg mehr. Während des Naziregimes wurde die nationalsozialistische Gemeinschaft „Kraft durch Freude“ zum tragenden Element der Staatspolitik im Freizeit- und Erholungsbereich (vgl. Herdin/Luger 2001:7). Diese bot kostengünstige Reisen auch ins Ausland an, was zu einem ersten deutschen Reiseboom führte: von 2,3 Mio. Reisen 1934 auf 10,3 Mio. Reisen 1938 (vgl. Freyer 2009:15). Interkulturelle Begegnungen fanden jedoch nicht statt, da man immer als geschlossene Gruppe reiste.

---

<sup>11</sup> Diese Reise ging in „England von Leicester ins 10 Meilen entfernte Loughborough. Hin- und Rückfahrt mit Tee, Rosinenbrötchen und Blasmusik für 1 Schilling, [...] an der 540 Personen teilnahmen.“ (Freyer 2009:13)

### Hochphase (ab 1945):

Der Tourismus kam erst während der Zeit des Wirtschaftswunders wieder in Schwung und machte eine rasche Entwicklung durch. Erstmals wurden betriebswirtschaftliche Methoden auf den Tourismus angewandt (vgl. Freyer 2009:15). Günstige Massenprodukte wurden vor allem von den großen Anbietern wie Neckermann, Quelle-Reisen und TUI angeboten. Die Reiseziele blieben jedoch nicht lange regional verankert. Durch den aufkommenden internationalen Fernverkehr, entstanden durch die Zunahme touristischer Nachfrage die ersten internationalen Hotelketten. Neben einem ansteigenden Wohlstand tragen ein Mehr an Urlaub und Freizeit, Motorisierung und Mobilität, Kommunikationswesen, Bevölkerungswachstum und Verstädterung zu dieser dynamischen Entwicklung bei (vgl. ebd.: 22). Aber auch gesellschaftliche Vorgänge prägen die touristische Entwicklung, da laut Freyer (2009) „das touristische Angebot ebenso wie die touristische Nachfrage von den allgemeinen gesellschaftlichen Normen, von Wertvorstellungen, Kultur, Tradition und Politik abhängt.“ (ebd.:123).

Heute zählt die Tourismusbranche zu den größten Wirtschaftszweigen und stellt für viele Länder die Hauptdevisenquelle dar.<sup>12</sup> Heutzutage sind Reisepakete wie Club-Urlaube, All-Inclusive und Last-Minute-Angebote zu Dumpingpreisen Entwicklungen, die die Tourismusbranche bestimmen. Aufgrund dieser Entwicklungen sind schon in den 60ern Gegenbewegungen entstanden, die alternative Tourismuspfade betreten haben, die jedoch in 4.2 näher beschrieben werden sollen.

## 3.2 Begriffsbestimmung im Tourismus

Der Begriff Tourismus wurde „eingedeutscht“ aus dem Französischen „tourisme“, Englischen „tourism“ und Spanischen (italienischen) „turismo“. In Deutschland sprach man bis dato eher vom Fremdenverkehr. Es „werden mit ‚Fremdenverkehr‘ [...] vor allem die nationalen und binnenwirtschaftlichen Aspekte sowie der Incoming-Tourismus in den Vordergrund gestellt.“ (Freyer 2009:7). Nach der Definition der United Nation World Tourism Organization (UNWTO) wird der Tourismus als „die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts-, oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten“ bezeichnet (zitiert durch Freyer 2009:2). Im Unterschied zum Fremdenverkehr umfasst der Tourismus also auch Outgoing-Tourismus, also Reisen ins ferne Ausland. Jedoch werden im alltäglichen Gebrauch die Begriffe Fremdenverkehr und Tourismus meist synonym verwendet. (vgl. Opaschowski 1996:19)

---

<sup>12</sup> „Um die Jahrtausendwende lag ihr Umsatz bei knapp 40 Billionen US-Dollar.“ (Hachtmann 2007:161).



Touristen werden definiert als „vorübergehende Besucher, die wenigstens eine Nacht und weniger als ein Jahr in dem Besucherland verbringen, wobei der Besuchszweck entweder familienorientiert (Verwandten- und Bekanntenbesuche) oder freizeitorientiert ist (Urlaub, Erholung, Gesundheit, Sport, Religion) der Weiterbildung (Kongress, Tagung, Studium) oder geschäftliche Tätigkeit dient.“ (ebd.:21)

Man kann den Tourismus in drei verschiedene Bereiche gliedern. Unter dem „touristischen Kernbereich“ (freiwillige Urlaubs- und Erholungsreisen im In- Ausland) werden Reisen immer als Tourismus aufgefasst (vgl. Freyer 2009:3). Am „touristischen Randbereich“ liegen die Geschäftsreisen genauso wie Reisen zu Gesundheits- und Kurzwecken. Schließlich werden Studium, Arbeit, Auswandern, Studien- und Arbeitsaufenthalte, die die Dauer von einem Jahr überschreiten, unter den nicht-touristischen Bereich gefasst. Zusammenfassend kann man also zwischen einem weiten („Tourismus umfasst alle Erscheinungen, die mit dem Verlassen des gewöhnlichen Aufenthaltsortes und dem Aufenthalt an einem anderen Ort verbunden sind.“) und einem engen („Sie grenzen Tourismus vor allem hinsichtlich der Zeit/Reisedauer, des Ortes/der Entfernung, der Motive des Ortswechsels sowie der wissenschaftlichen Schwerpunktsetzung ein.“) Tourismusbegriff unterscheiden (vgl. ebd.:4).

### **3.3 Tourismuskritik**

#### **3.3.1 Entwicklung**

„Der schwachsinnige Tourist ist in Wirklichkeit nur ein elitärer Mythos, den sich Bildungsbürger – um ihres Privilegs beraubt – zur Strafe haben einfallen lassen: Damit war der Antitourismus geboren und mit ihm die moderne Tourismuskritik.“  
(Opaschowski 1996:42)

60er Jahre:

Das Phänomen Tourismus wurde schon von seiner „Geburt“ an kritisiert. Mitte des 20. Jahrhunderts gab es jedoch zunächst hauptsächlich positive Bewertungen, da die wirtschaftliche Entwicklung im Nachkriegs-Europa im Vordergrund stand. Die Kritik am aufkommenden Massentourismus geht vor allem auf den Schriftsteller Hans-Magnus Enzensberger zurück, der die Beanstandung an diesem neuen Phänomen mit einer generellen Gesellschaftskritik verband (vgl. Opaschowski 1996:44). Das neue Freizeitverhalten, die Flucht aus der industrialisierten, grauen Stadt, führt dazu, dass der Zufluchtsort (durch Massentourismus) ebenfalls zur Industrie wird (vgl. ebd.:44). Die Eliten und Privilegierten sahen in dem Massentourismus die Gefahr, ihre Privilegien und

Vorrechte zu verlieren (vgl. ebd.:45). Daher wurden immer neue Tourismusformen gesucht, um diese zu bewahren. Waren es früher hauptsächlich der Adel und das Bürgertum, die sich ihres Privilegs durch die neue Arbeiterschicht beraubt sahen, sind es in den 60er Jahren vor allem Wissenschaftler, wie Soziologen, Ethnologen, Journalisten, Politiker oder Kulturkritiker (vgl. Freyer 2009:519).

#### 70er Jahre:

In den 70er Jahre begannen die negativen Seiten des Tourismus an Bedeutung und Aufmerksamkeit zu gewinnen. Waren es vormals nur die Eliten, die touristische Begleiterscheinungen kritisierten, kamen jetzt andere Institutionen wie Kirchen, kirchliche Organisationen und ideologisch ausgerichtete Organisationen und Wissenschaftler hinzu. Einer der wichtigsten Kritiker dieser Zeit war der Schweizer Jost Krippendorf, der in seinem Werk die Touristen als „Landschaftsfresser“ (1976) bezeichnete und vor allem auf die ökologische Zerstörung der Natur durch touristische Aktivitäten aufmerksam machte. Des Weiteren kamen Zweifel an der völkerverständlichen Wirkung vom Tourismus auf, da man gemerkt hatte, dass der Tourist durch die „Ghettoisierung“ in Hotelburgen kaum Kontakt zu den Bereisten pflegte. Hüttenmüller (1975) bemerkt dazu, dass der Tourismus gelungene Völkerverständigung nur über den Abbau diskriminierender Wirtschaftsstrukturen erreichen könnte (vgl. Maurer 1991:141).

#### 80er Jahre:

In den 80er Jahren äußerten sich auch erstmals die vom expansiven Tourismus Betroffenen kritisch, die durch die vielen sozialen Bewegungen in Europa und Lateinamerika unterstützt wurden. Vor allem während eines Gegengipfels zur ersten World-Tourism-Konferenz 1980 in Manila wurde die Kritik von den Bereisten der sogenannten Dritten Welt formuliert, die vor allem Vertreibung, Prostitution durch Männertourismus und eine Bevorzugung der „Waren vor Menschen“ anprangerten (vgl. Opaschowski 1996:46). Hauptfaktoren der Unzufriedenheit waren die ungleiche Verteilung der Tourismusvorteile, die negativen soziokulturellen Auswirkungen, eine zu rasante Entwicklung und Informationsprobleme (vgl. Freyer 2009:520).

Auf der Generalversammlung der UNWTO 1985 in Sofia (Bulgarien) wurden die „Tourism Bill of Rights“ (universelles Recht auf Freizeit und Erholung, Notwendigkeit zur Entwicklung und Förderung) sowie der „Tourism Code“ (Respekt vor lokalen Sitten und Gebräuchen) verabschiedet (vgl. Breede 2008:127). Ein Jahr später fand im deutschen Bad Boll die Konferenz „Third World People and Tourism“ statt, die durch das ECTWT (Ecumenical Coalition on Third World Tourism) und TEN (Tourism European/Ecumenical Network) initiiert wurde und erstmals die „Opfer“ des Tourismus einbezog und zu Wort

kommen ließ (vgl. Maurer 1991:163).<sup>13</sup> In Bezug auf die interkulturellen Begegnungen im Tourismus wurde auf der Inter-Parliament Conference 1989 in Den Haag beschlossen, dass die alternative Reiseformen so entwickeln werden sollten, dass sie das Verständnis zwischen Einheimischen und Touristen bei gleichzeitiger Wahrung der kulturellen Identität, fördern sollten (vgl. Breede 2008:128).

#### 90er Jahre:

In den 90er Jahren waren es besonders Zusammenschlüsse von Bürgerrechtsgruppen, die sich gegen die negativen Auswirkungen von Massen- und Luxustourismus wehrten und Vorschläge für umweltverträgliche Tourismusformen ausarbeiteten. Dazu fand 1995 auf Lanzarote die „World-Conference on Sustainable Tourism“ statt, bei der die „Charter for sustainable Tourism“ verabschiedet wurde. In dieser wurde festgehalten, dass die natürliche, kulturelle und soziale Umgebung in einen nachhaltig angelegten Tourismus mit einbezogen, sowie die Identität, Kultur und Interessen der Einheimischen respektiert und gewahrt werden müssen (UNWTO 1995).

Auf der UNWTO-Generalversammlung 1999 in Santiago de Chile wurde des Weiteren der „Global Code of Ethics“ verabschiedet, der die völkerverständigende Kraft des Tourismus heraushob und mehr Partizipation sowie eine gerechte Verteilung der Tourismuseinnahmen forderte (vgl. Sancho 2004:2).

Schließlich wurde 2002 auf dem „World Ecotourism Summit“ in Quebec die „Quebec Declaration on Ecotourism“ verabschiedet, die Richtlinien und Ratschläge für eine bessere Umsetzung des Ökotourismus beinhaltete. Die Konferenz fand während des „Jahres des Ökotourismus 2002“ statt.

Man kann also festhalten, dass die Tourismuskritik durch mehr Wohlstand in der westlichen Gesellschaft und somit mehr Mobilität und Reiseaktivität eingesetzt hat und in den 80ern sehr stark vom neuen Umweltbewusstsein und sozialen Bewegungen geprägt wurde

### 3.3.2. Wirtschaftliche Dimension

Zunächst sollen einige positive Entwicklungen im Tourismus betrachtet werden. Die Tourismusbranche hat sich inzwischen zur größten Exportindustrie der Welt entwickelt und löste 1998 die Automobilbranche mit Einnahmen in Höhe von 504 Milliarden US-Dollar als führende Branche ab (vgl. Suchanek 2001:32). In vielen Entwicklungsländern hat sich der Tourismus als Haupteinnahmequelle etabliert. Im Gegensatz zu anderen

---

<sup>13</sup> Als Ergebnis der Konferenz wurde eine „neue Tourismusordnung“, also eine aktive Unterstützung für die „Opfer“, direkte Beteiligung derselben, Informationsquellen für alle, die Entwicklung eines alternativen Tourismus, die Beeinflussung von Entscheidungsträgern sowie die Überwachung und Neuorientierung der Medien, gefordert (vgl. Maurer 1991:163f).

Branchen kommen hier die (natürlichen und soziokulturellen) Standortvorteile zum Tragen (vgl. Vorlaufer 1996:133). Ein Mehr an Tourismus, so wurde argumentiert, löse Modernisierungsprozesse aus. So wird die Infrastruktur (Telekommunikation, Transportwege, sanitäre Anlagen usw.) verbessert, es entstehen neue Zuliefererbetriebe (v.a. in der Lebensmittelindustrie), die Bauwirtschaft wird angekurbelt (linkage-Effekt) und es entstehen neue Arbeitsplätze (u.a. Maurer 1991, Vorlaufer 1996).

Auf der anderen Seite sind im Zuge der Liberalisierung der Märkte und durch den internationalen Wettbewerb negative Auswirkungen zu beobachten. Wurde eben argumentiert, dass der Tourismus vor allem Arbeitsplätze schafft (Beschäftigungseffekte), muss das in Teilen revidiert werden. Das Lohnniveau fällt durch ein großes Angebot an günstigen Arbeitskräften sehr gering aus, Arbeitsplätze sind nicht sozial abgesichert, oftmals saisonal begrenzt und kapitalintensiver als in der Industrie und in der Landwirtschaft (vgl. Maurer 1991:64). Arbeitsplätze entstehen vor allem für den jungen Teil der Bevölkerung und Frauen, was soziokulturelle Folgen haben kann (vgl. Vorlaufer 1996:150). Durch die Ausbreitung von Billig-, Pauschal- und All-Inclusive-Urlaub-<sup>14</sup>, sowie Luxustourismusformen (Golf- und Kreuzfahrt-Tourismus) kann sich die lokale Industrie schwer entwickeln, die Landwirtschaft wird (u.a. durch Landenteignungen) vom „erfolgversprechenden“ Tourismussektor verdrängt, sodass eine unmittelbare Abhängigkeit entsteht, und das Preisniveau in den betroffenen Gebieten und Gemeinden ansteigt (vgl. Becker et. al.:42). Migrationsbewegungen im Inland, aber auch ins Ausland können eine Folge sein.

Da die meisten Tourismusunternehmen im (westlichen) Ausland sitzen, bleiben nur wenige Gewinne im Inland (Sickerrate). So flossen 1987 im Durchschnitt 56% der Einnahmen aus dem Tourismus aufgrund von teuren Importen (z.B. Technik oder Autos) wieder ins Ausland ab (vgl. Maurer 1992:56f). Schließlich sorgt die meist überdurchschnittlich stark vorzufindende soziale Segregation der Gesellschaften in den bereisten Ländern, vor allem in den Entwicklungsländer, dafür, dass der größte Teil der Tourismus-Einnahmen der Oligarchie und den Eliten zu Gute kommt. Der Tourismus ist insgesamt ein sehr instabiler Wirtschaftszweig, da er einer stark schwankenden Nachfrage ausgesetzt ist.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Die OAS (Organisation Amerikanischer Staaten) hat 1994 dazu festgestellt: „All-Inclusive-Hotels erzielen die größten Gewinne, aber ihr Einfluss auf die Wirtschaft ist je Dollar Gewinn kleiner als bei anderen Unterbringungsmöglichkeiten.“ (Suchanek 2001:34). In einem Land, in dem diese Form des Urlaubs hauptsächlich vorherrscht, kann sich der Tourismus als Verlustgeschäft entpuppen.

<sup>15</sup> Nach Maurer (1991) sind (ferienbedingte) Saisonalität, klimatische Bedingungen, Konjunktur in Ausreiseländern, politische Entwicklungen (Reisewarnungen), Mode und Boykott, Natur und Umweltkatastrophen, soziale Unruhe, Kriminalität und Fremdenfeindlichkeit, und Unattraktivität durch übermäßige Nutzung ausschlaggebende Punkte für touristische Nachfrage in den Reiseländern (vgl. Maurer 1991:68).

### 3.3.3 Ökologische Dimension

„Je mehr Urlauber per Flugzeug in die Urlaubsparadiese fliegen, desto schneller werden unsere beliebten Reiseziele Opfer des Treibhauseffektes: Wir töten, was wir lieben.“ (Suchanek 2001: 33)

Dass der expandierte Tourismus auch negative Folgen für die Natur und so die Lebensgrundlage vieler Menschen in den bereisten Ländern hat, wurde bereits erwähnt (Krippendorf 1975, Enzensberger 1967). Einige der durch den Tourismus direkten Umweltschäden sind die Zerstörung von natürlichen Küstenlandschaften und Küstengewässern durch große Hotelanlagen, Grundwasserverschmutzung, Vernichtung von Fauna und Flora durch mangelhafte Müllbeseitigung, übermäßige Wassernutzung durch überdimensionalen Bedarf von Hotelanlagen (Dusche, Swimmingpool, Wäsche, Golf), ein dadurch eintretender Anstieg des Wasserpreises und die Abholzung von Wäldern (Maurer 1991:75). Des Weiteren sorgt der Fernverkehr dafür, dass es laut des „Intergovernmental Panel on Climate Change“ (IPCC) jedes Jahr zu einer Steigerung der Flugverkehrabgase von drei Prozent kommt (vgl. Suchanek 2001:33). Die Folgen sind in Form von immer extremeren Wettern, Dürreperioden, Überschwemmungen usw. global zu spüren. Regionale und weltweite Nutzungskonflikte über Land, Böden und knapper Ressourcen (v.a. Wasser) sind die Folge. Kreuzfahrt- und Golf-Tourismus sind regelrechte „Klimakiller“, da sie entweder Unmengen an Müll ins Meer werfen oder an Land lassen und viele natürliche Ressourcen, allen voran Wasser und Boden, benötigen (vgl. Suchanek 2001:34f).

Auf der anderen Seite kann der Tourismus für den Erhalt von Umwelt und Natur auch förderlich sein. So ist eine intakte Umwelt „nicht nur die Voraussetzung für den Tourismus und für seinen wirtschaftlichen Nutzen, sondern häufig sogar umgekehrt kann der Fremdenverkehr [...] sogar als Instrument der Ressourcensicherung sein.“ (Vorlaufer 1996:209). Dazu wurden Konzepte wie „Ökotourismus“, „sanftes Reisen“ (Jungk 1986) und „anderes Reisen“ entworfen, die den Fokus auf die ökologische Dimension gelegt haben und umwelt- und sozialverträglichen Tourismus propagieren.

### 3.3.4 Soziokulturelle Dimension

„Hinter der Rede von der ‚Kulturzerstörung‘ [lagen] oftmals von Paradiesvorstellungen genährte, exotische Projektionen, wie die des ‚edlen Wilden‘.“ (Goethe 2002: 22)

Die Diskussion um soziokulturelle Veränderungen in den bereisten Gesellschaften ist sehr umstritten. Die im Folgenden beschriebenen Kritikpunkte beziehen sich dementsprechend immer nur auf einen Teil der Bevölkerung, da sie von anderen Teilen der Gesellschaft vielleicht (aus der subjektiven Sicht) nicht als solche empfunden und daher als positiv und bereichernd bewertet werden. Man geht von zwei verschiedenen Tendenzen aus: während die eine in die Richtung von Vereinheitlichung und Angleichung der Kulturen weist, betont die andere die Zunahme der Bedeutung der kulturellen Identität in der Region (vgl. Thiem 2001:27).

Vor allem wird die Kommerzialisierung und gezielte Vermarktung der touristischen Produkte, Kulturen, Mythen, Riten und Feste bemängelt, die den Erwartungen und Bedürfnissen der Touristen angepasst werden (vgl. Vorlauffer 1996:202). Das kann zum Verlust der eigenen ursprünglichen Traditionen und kultureller Identität der Einheimischen führen.<sup>16</sup>

Ein weiterer Punkt, der kritisiert wird, ist die Ästhetisierung des Zielgebietes durch die Touristen (Breede 2008, Maurer 1991, Vorlauffer 1996). Der Tourist nimmt das Urlaubsziel nur noch als Kulisse, im Sinne Goffmanns Vorderbühne, wahr und sucht und findet Bestätigung der Bilder, die ihm vor der Abreise vor allem durch die Medien vermittelt wurden. So wird er zu einem sammelnden „Voyeur“ (Herdin/Luger 2001:8), der störende, hässliche und andere Aspekte (außer im Elendstourismus) ausblendet.<sup>17</sup>

Genannte Demonstrations- und Imitationseffekte können ebenfalls große Auswirkungen auf Teile der bereisten Gesellschaft haben. Vor allem bei der jungen Bevölkerung werden, da noch im Findungsprozess, bestimmte Bedürfnisse der Teilhabe an westlichen Konsumformen geweckt und Verhaltensmuster nachgeahmt (vgl. Freyer 2009:489).

Durch diese asymmetrischen Beziehungen können Unterlegenheitsgefühle entstehen, da die Einheimischen nur die luxuriöse Ferienkultur kennen lernen, nicht jedoch die Kultur der Quellregion, was zur Stereotypenbildung beitragen kann.

Aber nicht nur Kulturentfremdung und „Kulturzerstörung“ kann die Folge von Akkulturation sein. So kann es passieren, dass die eigene Kultur dadurch bewusst

---

<sup>16</sup> Diese Tendenz wird unter anderem vom Touristen selber bemängelt, da „die heile Welt des Dorfes“ erwartet, aber festgestellt wird, dass auch in den hintersten „unzugänglichsten“ Gegenden ein Telefon-, Internet- oder Fernsehanschluss vorhanden ist (vgl. Vorlauffer 1996:201).

<sup>17</sup> In einem auf dem Feld arbeitenden Bauern sieht er vielmehr einen Einheimischen in Einklang mit der Natur, als den armen, hart arbeitenden Vater von drei Kindern (vgl. Breede 2008:134)

wiederentdeckt wird. Durch das touristische Interesse werden die Einheimischen auf eigene besondere kulturelle Merkmale aufmerksam, die sie selber, da während des Sozialisationsprozesses verinnerlicht, nicht als (touristisch) wichtig oder erwähnenswert beurteilt haben. Vom Staat angestoßene Initiativen wie Kultur- und Freizeitzentren tragen zum Bewusstsein des eigenen kulturellen Erbes genauso bei wie die offizielle Anerkennung ethnischer Minderheiten und autochthoner Völker. Jedes Land muss also seine eigene „einzigartige“ Identität promovieren, um im internationalen Wettbewerb stand halten zu können (vgl. Wearing 2001:33).

Auch in Bezug auf die Bedeutung von interkulturellen Beziehungen gibt es negative Aspekte. Fehlender Kontakt, sowie die Bestätigung von Touristen, dass die Einheimischen zur Urlaubserfahrung (im Sinne der Kulisse) dazugehören, „solange sie nicht zu nahe kommen“ (Breede 2008:133), tragen dazu bei, dass sich die Annahme einer völkerverständigenden Funktion des Tourismus relativiert.<sup>18</sup> Das Urlaubsland und die Menschen als Kulisse, die Austauschbarkeit der Urlaubsziele, die Kürze der Aufenthalte und damit verbundene Oberflächlichkeit, mangelhafte Vorbereitung, fehlende Sprachkenntnisse und geringes Wissen über das Reiseziel, die Vorurteilverhärtung durch subjektive und selektive Wahrnehmung und die Funktionalisierung des Anderen auf ein ökonomisches Objekt bestätigen allesamt diese Annahme (vgl. Maurer 1992:98).

Ein Rückblick auf die geschilderten Kritikpunkte verdeutlicht die Ambivalenz touristischer Aktivitäten. Es wurden Vorteile sowie Nachteile aufgezeigt. Je nach Standpunkt in der Tourismusdebatte oder nach Interesse wird der eine oder andere Punkt mehr betont.

### **3.4 Tourismus und Corporate Social Responsibility (CSR)**

Die Tourismusindustrie ist, wie bereits ausgeführt, eine der größten Wirtschaftsbranchen der Welt. Anbieter schmücken sich mit Etiketten wie Nachhaltigkeit, „Öko“ oder Wahrung der Menschenrechte. Jedoch ist es für den Kunden schwer zu überprüfen, inwieweit dies der Realität entspricht.

Auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) 2000 in Berlin haben dazu insgesamt 15 große und kleine Reiseveranstalter (u.a. TUI und LTU) sich in Form eines Statement of Commitment dazu verpflichtet, den nachhaltigen Tourismus zu fördern. Jedoch ist die Anzahl der Anbieter bis heute nur unerheblich angestiegen (vgl. Breede 2008:129).

Das Reiseportal „forumandersreisen“ hat darüber hinaus zusammen mit der Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung in Stuttgart (KATE) „ein[en] Management-Prozess entwickelt, der auf Corporate Social Responsibility (CSR) basiert und der es möglich macht,

---

<sup>18</sup> Die deutsche Tourismusindustrie hat inzwischen auf Aussagen wie diese in Form von monströsen „Tropical Islands“, wo keine Sonnenbrillen- oder Schmuckverkäufer stören, reagiert.

Nachhaltigkeitsaspekte zu messen.“ (forumandersreisen 2010a:160).<sup>19</sup> Neben dem Ziel der Mess- und Überprüfbarkeit von Nachhaltigkeit im Tourismus soll vor allem ein Veränderungsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit (Industrie, Dienstleistungsgesellschaft, Verbraucher u.a.) eingeleitet werden und Unternehmen für ein „zukunftsorientiertes nachhaltiges Wirtschaften“ (ebd.:161) unterstützt und gefördert werden. Nachdem die ersten 15 Reiseunternehmen im März 2009 auf der ITB in Berlin mit dem Zertifikat CSR in tourism – CERTIFIED 2011 ausgezeichnet wurden, ist die Zahl der zertifizierten Veranstalter bis Juni 2010 auf insgesamt 37 angestiegen (vgl. forumandersreisen 2010b). Initiativen und Ansätze wie diese sollten aufgezeigt werden, da nicht nur der Tourist in der Pflicht steht, in seinem (Reise-)Verhalten einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung der Region beizutragen und negative Folgen abzufedern, sondern es vor allem die Unternehmen sind, die die Rahmenbedingungen setzen müssen. Gute (sozialverträgliche) Rahmenbedingungen können auch das Interesse an interkulturellen Begegnungen fördern, da positive Aspekte überwiegen. Viele Veranstalter haben inzwischen den alternativen Tourismus für sich entdeckt und „alternative“, „andere“ Reisen in ihrem Sortiment.

### **3.5 Tourismus in Südamerika und Bolivien**

#### **3.5.1 Einführung Bolivien**

Der „plurinationale Staat Bolivien“ liegt mit seinen Nachbarn Brasilien, Argentinien, Paraguay, Chile und Peru im Herzen Südamerikas und ist mit ca.10 Millionen Einwohnern verhältnismäßig gering besiedelt<sup>20</sup> (vgl. Auswärtiges Amt 2010). Mehr als die Hälfte der Bevölkerung ist indigener Abstammung, 45 % sind Mestizen und Weiße. Das Land unterteilt sich in das Andenhochland mit bis zu über 6.000 Meter hohen Bergen, die Mittelgebirge, und das Tiefland (Amazonas-Urwald). Unterteilt ist Bolivien in die neun „departamentos“ La Paz, Oruro, Potosi, Chuquisaca, Tarija, Cochabamba, Santa Cruz, Beni und Pando. Die Hauptstadt ist Sucre, der Regierungssitz jedoch liegt in La Paz. Bolivien lebt hauptsächlich vom Export natürlicher Ressourcen und Produkten aus der Landwirtschaft, wie Gas, Öl und Soja und konnte 2009 ein Bruttoinlandsprodukt von 1.700 USD pro Kopf aufweisen (ebd.). Seit 2006 hat Bolivien mit Evo Morales den ersten

---

<sup>19</sup> „CSR [...] umschreibt den Beitrag von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung. Diese übernehmen im Rahmen der CSR über die gesetzlichen Vorgaben hinaus soziale und ökologische Verantwortung. Dabei gilt es [...], unter Berücksichtigung der Interessen aller Beteiligten eine bewusste Balance zu erreichen zwischen Kunden und Mitarbeitenden, Eigentümern, Hotels, Transportunternehmen, Lieferanten und den jeweiligen lokalen Gemeinschaften in den Gastländern.“ (forumandersreisen 2010a:160)

<sup>20</sup> Mit ein bisschen mehr als 1 Million km<sup>2</sup> ist Bolivien ca. drei Mal so groß wie Deutschland, bei neun mal weniger Einwohnern.



Präsidenten indigener Abstammung, der im Dezember 2009 in seinem Amt bestätigt wurde.

### 3.5.2 Touristische Aktivitäten

Der Tourismus in Südamerika ist im Gegensatz zu anderen Gebieten noch relativ unterentwickelt, was sich zum einen auf die Militärdiktaturen und sozialen Unruhen während der 70er und 80er Jahren in vielen südamerikanischen Ländern, und auf der anderen Seite auf die relativ schwach ausgebaute touristische Infrastruktur zurückführen lässt. Seitdem die meisten südamerikanischen Länder zu demokratischen Strukturen übergegangen sind, haben sich allerdings auch touristische Aktivitäten entwickeln können. Der UNWTO zufolge kamen 1980 nur 18 Millionen Touristen nach Südamerika (Deviseneinnahmen von 13 Billionen US-Dollar), im Jahre 2006 konnten jedoch schon 45 Millionen Touristen (Deviseneinnahmen von 41 Billionen US-Dollar) verzeichnet werden (vgl. Baud/Ypeij 2009:2f). Dagegen scheint der Tourismus in Bolivien, der immerhin den drittgrößten devisa bringenden Sektor darstellt, noch relativ unterentwickelt zu sein. Konnten 2003 nur 367.000 Ankünfte (Deviseneinnahmen in Höhe von 172 Millionen US-Dollar) gezählt werden, stieg die Besucherzahl bis 2009 auf 474.089 Besucher (Deviseneinnahmen von 237 Millionen US-Dollar) pro Jahr an (Machicado et al. 2004:4, INE 2009:2-4). Dabei kamen die meisten Besucher aus anderen südamerikanischen Ländern, gefolgt von Europa und den USA (Comunidad Andina 2009). Somit ist Europa einer der wichtigsten Absatzmärkte für bolivianische touristische Produkte.

Bolivien vermarktet seine touristischen Produkte in den letzten Jahren immer mehr mit Bezugnahme auf die eigene indigene, kulturelle Vergangenheit und die authentische, unberührte Natur. Seit 2000 bewirbt das „Viceministerio de Turismo“ Bolivien mit dem Konzept „Bolivia: Lo autentico aún existe“ (Bolivien: Das Authentische existiert noch) auf dem Weltmarkt (vgl. Kwacz 2002). Das zeigt sich auch in der Motivation der Reisenden wieder. So suchen ca. 34,3% der Reisenden entweder archäologisch interessante Ruinen auf, oder besuchen kulturelle Aktivitäten (INE 2008:19).

## **4. Alternative Reiseformen und Alternativer Tourismus**

### **4.1 Einführung**

„Anderes Reisen“, „alternatives Reisen“, die Menschen, ihre natürliche Umwelt und Lebensgrundlage schützen, Kontakt mit Einheimischen, das sind nur einige der Punkte, die immer wieder in Bezug auf alternative Reiseformen genannt werden. Entstanden sind Ansätze dieser Reiseformen vor allem durch alternative Bewegungen der 70er Jahre, die eine Gesellschaftskritik mit der Suche und Etablierung von neuen „freien“ Lebensformen verbanden (vgl. Maurer 1991:148). Auch die Tourismuskritik (siehe Enzensbeger 1976, Krippendorf 1984, Maurer 1991 oder Lyons/Wearing 2008) trug zu diesen Entwicklungen bei. Wie bei vielen Tourismusarten ist die Begrifflichkeit auch hier sehr komplex. In einem sind sich alle Autoren einig: Alternativtourismus sieht sich als Kritik und als etwas Gegensätzliches zum Massentourismusphänomen. Ihre Ausprägungen können jedoch sehr verschieden sein (siehe 4.2). Für diese Arbeit soll jedoch eine Definition von Wearing (2001) verwendet werden:

“Alternative tourism can be broadly defined as forms of tourism that set out to be consistent with natural, social and community values and which allow both host and guests to enjoy positive and worthwhile interaction and shared experiences.“ (Wearing 2001:32)

Alternativer Tourismus soll demnach umwelt- und soziokulturell verträglich sein und positive Auswirkungen für Reisende und Bereiste haben. Fasst man die Ausführungen verschiedener Autoren zusammen, lassen sich folgende Merkmale alternativer Reiseformen feststellen (Breede 2008:146f; Maurer 1991:149f; Wearing 2001:31; Young 2008:206; Freyer 2009:526f):

a) Abgrenzung zum Massentourismus (Man sieht sich als Nicht-Tourist, also lieber als Reisender, Backpacker oder Volunteer), b) Reise individuell und/oder in Kleingruppen, c) Zielgebiete sind meistens Entwicklungsländer, d) (meist) eigenständig durchgeführte Reise, e) Reisedauer mittel- bis langfristig, f) Nutzung der lokalen Infrastruktur und Reisen abseits der Touristenströme, g) Informationsverhalten (sehen sich meist als überdurchschnittlich an Land und Leuten interessiert, intensive Vorbereitung auf Land, Leute, Religion, Kultur des Gastlandes), h) Große Bereitschaft zu intensiven und authentischer Kontakt zu Einheimischen, i) Reisen nicht konsumorientiert, k) Verzicht steht vor Erlebnis (wenn z.B. Unruhen sind oder Menschenrechte offensichtlich verletzt werden) und l) Konzentration auf eine Region statt „Abklappern von Sehenswürdigkeiten“

Des Weiteren nennen einzelne Autoren, dass Formen alternativer Reisen stark mit ideologischen Ideen verbunden sind (vgl. Freyer 2009:527) und Reisende eher aus einer bildungsnahen Schicht mit gutem Einkommen kommen.

In den 70er Jahren entwickelte sich eine eigene alternative-touristische Infrastruktur, die Reiseveranstalter, Billigflugbüros, Ausrüstershops, Verlage, alternative Reisemessen und Ausstellungen in den Ausreiseländern, sowie Backpacker-Hostels und alternative Kneipen in den bereisten Ländern hervorbrachte (vgl. Freyer 2009:526).

Bis heute ist jedoch der alternative Tourismus ein Nischenprodukt touristischer Aktivitäten geblieben, da der Marktanteil nur bei ca. 5-10% liegt (Freyer 2009:528). Zu beachten ist dabei allerdings, dass alternativer Tourismus nur schwer zu erfassen und abzugrenzen ist. Vor allem alternative Reiseführer wie der Lonely Planet sind nach der Meinung von Tamara Young (2008) dafür verantwortlich, dass der Unterschied zwischen Massen- und Alternativtourismus immer mehr verschwimmt:

“Thus, guidebooks can be considered as an exemplar of the commodification of alternative tourism.” (Young 2008:206)

Sie argumentiert, dass die Bücher durch ihre hohe Auflage und Verbreitung einem Massenpublikum zur Verfügung stehen, der Unterschied zwischen Massentourismus und alternativem Tourismus zunehmend geringer wird. (vgl. Young 2008:206).

Wie bereits ausgeführt gibt es eine Reihe verschiedener Reiseformen, die unter dem Begriff des Alternativen Tourismus zusammengefasst werden.<sup>21</sup> Diese unterscheiden sich je nach Anbieter oder Vermarktungsstrategie, da jedes Unternehmen sich im Kampf um Kunden im globalen Kontext profilieren möchte. Im Folgenden sollen einige einschlägige und weit verbreitete Ideen und Ansätze alternativer Reiseformen vorgestellt werden. Sie sind deshalb von Bedeutung, da der solidarische Tourismus verschiedene Elemente der betrachteten Tourismusformen enthalten kann. (Siehe Kapitel 7.)

## 4.2 Die Arten

### 4.2.1 Ökotourismus

Der Begriff des Ökotourismus ist weit verbreitet und hat vor allem im Zuge des neuen Umweltbewusstseins an Dynamik gewonnen. Begriffe wie „Naturtourismus“, „Ecotourism (Ecoturismo)“, „naturnahes Reisen“, „ökologisch-vertägliches Reisen“ oder „grünes Reisen“ finden immer häufiger Verwendung in der Literatur und/oder in den

---

<sup>21</sup> Individueller, anderer, neuer, alternativer, sanfter, naturnaher, grüner, nachhaltiger, verantwortlicher, gerechter, einsichtiger, gemeindeorientierter Abenteuer-, Ethno-, Kultur-, Begegnung-, Ökotourismus. Sie alle werden unter alternativem Tourismus zusammengefasst und haben gemeinsam, dass sie vorgeben, Alternativen zum Massentourismus zu sein.

Reisekatalogen. Eine der ersten Definitionen ist die von Ceballos-Lascurain, die Ökotourismus als „Reisen in relativ und wenig belastete Naturräume mit dem spezifischen Ziel, Landschaft, Pflanzen und Tiere zu studieren, zu bewundern ebenso wie Kulturerzeugnisse, die dort vorhanden sind“ (zitiert in Maurer 1991:83) beschreibt. Nach dieser Definition steht also das Erleben der Natur im Mittelpunkt des touristischen Interesses.

Andere Autoren (Boo 1990, Maurer 1992 u.a.) gehen noch weiter, in dem sie, im Sinne eines nachhaltigen Tourismus (siehe 4.2.3 Nachhaltiger Tourismus), die ökologisch-verträgliche Dimension des Tourismus hervorheben. Wearing (2001) definiert „Ecotourism“ demensprechend als:

“[reference] to tourist experiences that are environmentally sustainable, occur in natural areas, involve an interpretive element, contribute to the local community and involve local or indigenous people.“ (Wearing 2001:24)

Die Gruppen, in denen die Ökotouristen reisen, sind in der Regel klein und sollen dadurch negative ökologische und sozio-kulturelle Auswirkungen beschränken. Anbieter von Ökotourismus sind meist kleine lokale Tour-Operator, die aber mehr und mehr von großen Tourismuskonzernen aus dem Wettbewerb gedrängt werden.<sup>22</sup> Allgemein lassen sich einige Vorteile aus dem Öktourismus erkennen. So kann durch das Erleben der „unangetasteten“ Natur das Bewusstsein der Reisenden für die Notwendigkeit von Naturschutz gefördert werden. Durch die Einnahmen aus dem Ökotourismus können Arbeitsplätze geschaffen und eine Gesundheitsversorgung und Bildungsinfrastruktur aufgebaut werden, was letztendlich zu einer Erhöhung des Lebensstandards der vom Tourismus Betroffenen führt.

Als negative Auswirkung eines unbedachten, kapitalistischen Ökotourismus ist vor allem die Vertreibung indigener Gruppen aus Gebieten, zum Zweck der Bildung von Naturreservaten und Naturschutzgebieten zu nennen (vgl. Friedl 2002:23; Brüggemann 1993:288). Ein weiterer Punkt ist, dass es bisher kein einheitliches Bio-Label für ökologisch gerechten Tourismus gibt. So ist es für den Kunden schwer zu erkennen, ob seine Reise ökologisch und soziokulturell verträglich ist.

„Dabei könnte ‚echter‘, von Einheimischen kontrollierter ‚Öko- und Fair-Trade-Tourismus‘ eine tatsächliche Chance zum Schutz der Biodiversität sein.“ (Suchanek 2001: 37)

---

<sup>22</sup> Aber auch Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit fördern den Ökotourismus. In Deutschland betreut z.B. der DED Ökotourismusprojekte in der ganzen Welt (DED 2010).

#### 4.2.2 Sanfter Tourismus

Der Begriff des sanften Tourismus geht auf den Futurologen Robert Jungk zurück, der ihn in Bezug auf die Verhaltensweisen des Reisenden 1980 in einem Geo-Artikel benutzte (vgl. Jungk 1980:60). Er unterscheidet zwischen hartem und sanftem Reisen. Unter hartem Reisen verstand er den Massentourismus, also das Abhaken von Sehenswürdigkeiten als passiver (beobachtender) Tourist, der von Reiseleitern und Reiseführern ferngesteuert agiert und funktioniert. Dem entgegen setzte er den Begriff des sanften Reisens, unter dem er ein anderes Reisen verstand, das mehr Zeit benötigt, und auf Erlebnisse statt Sehenswürdigkeiten setzt. Die Beschäftigung spielt genauso eine Rolle wie der Spracherwerb für eine bessere Kommunikation zwischen Einheimischen und Touristen im Urlaubsgebiet. Der Tourist ist also nicht mehr passiver Beobachter, sondern aktiver Teilnehmer. Im letzten Jahrzehnt hat sich der Begriff in der Tourismusdebatte etabliert und teilweise seinen ursprünglichen Charakter gegen einen sogenannten „Mainstream-Charakter eingetauscht.“<sup>23</sup>

#### 4.2.3 Individualtourismus

Als Individualtouristen fasst man entweder Einzelreisende im Gegensatz zu Gruppenreisenden oder eine selbstorganisierte Reise ohne Reisebüro und Vermittler zusammen (Opaschowski 1996:22). Vor allem (junge) Backpacker bewegen sich abseits der Touristenströme, sind an der Kultur und am Kontakt mit den Einheimischen interessiert, und wurden deshalb lange Zeit als eine „bessere“ Art von Reisenden gesehen (Opaschowski 1996, Freyer 2009, Breede 2008 u.a.). Dabei sucht der Individualtourist nach Authentizität und zwischenmenschlicher Nähe, die er in der teilweise individuellen Ellenbogengesellschaft des Westens vermisst. Die Authentizität erfährt er, indem er bewusst die lokale öffentliche Infrastruktur nutzt, einfache und billige Unterkünfte, auch bei einheimischen Familien, aufsucht und sich in kleinen Lokalen oder auf großen Märkten verpflegt. So kommen seine Ausgaben der lokalen Wirtschaft zu Gute. Außerdem können Gemeinde, Stadt und Land die Kontrolle über den Tourismus behalten. Bezogen auf die interkulturellen Beziehungen zeigt sich, dass der Tourist aus seiner touristischen Umgebung herauskommt und gezielt die Zielregion kennen lernen möchte.

Im Zuge der Nachhaltigkeitsdebatte im Tourismus und der Suche nach alternativen Reiseformen erlebte der Backpackertourismus vor allem durch alternative Reiseführer wie dem Lonely Planet einen regelrechten Aufschwung. In Südamerika und Bolivien hatte das die Folge, dass sich Backpackertouristen in bestimmten Gebieten in den neu entstandenen

---

<sup>23</sup> Eine gute Übersicht über den Unterschied zwischen hartem und sanften Reisen ist zu finden in: Jungk 1980:60)

ausländisch geführten Backpacker-Hostels trafen und meist längere Zeit blieben (in Bolivien sind 92,4% aller Reisenden Individualreisende [INE 2008:18]).<sup>24</sup> Negative Erscheinungen sind dementsprechend weniger Einkommen vieler Einheimischer, sowie Kontakt zwischen Reisenden und Bereisten, der fast nur noch auf ökonomischen Interessen beruht. Auch wird teilweise die Gastfreundschaft der Einheimischen ausgenutzt, da sie, „frei von allen Zwängen“, ein sehr freizügiges Verhalten (Drogen, Sex usw.) an den Tag legen, was vielerorts stark kritisiert wird.

#### 4.2.4 Nachhaltiger Tourismus

Das erste Mal gewann der Begriff der Nachhaltigkeit 1987 in einem Bericht der Brundtland-Kommission politische Bedeutung. Hier wurde das Leitbild nachhaltiger Entwicklung entworfen (vgl. Becker et. al.:1) und folgendermaßen definiert:

„[...] development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“ (United Nations 1987: Chapter 2)

Ziel dieses Konzeptes ist es, die Armut in den Entwicklungsländer zu überwinden, bei gleichzeitigem Einklang von materiellem Wohlstand und der Natur als Lebensgrundlage in den Industrieländern. Es beinhaltet also eine ökologische, wirtschaftliche und soziale Dimension (vgl. Becker et al.:4). Bezogen auf den Tourismus sollen die drei Dimensionen möglichst gleichzeitig erreicht und gleichberechtigt behandelt werden („Tourismuspolitischer Dreiklang der Nachhaltigkeit“, Freyer 2009:392). Diese Annahme beinhaltet jedoch schon an sich (Interessens-)Konflikte, und ist in einer freien Marktwirtschaft nur schwer zu realisieren. Wer ferne Reiseziele aufsucht, vergrößert schon allein aufgrund der ausgestoßenen Emissionen seinen „ökologischen Fußabdruck“.

So sind nachhaltige Tourismusprojekte, je nach Interessenslage, Machtkonstellation und Bevorzugung einer der drei Dimensionen, unterschiedlich gestaltet (vgl. Wöhler 2001:45). Auch in den touristischen Gebieten werden Maßnahmen von verschiedenen Akteuren, wie der Regierung, NGOs und Gemeinden, ergriffen. Es können Gebühren für die Nutzung bestimmter gefährdeter Gebiete erhoben und Kontrollen für die Umsetzung nachhaltiger Kriterien eingeführt werden. Ein Bewusstsein in diese Richtung fördert des Weiteren die lokalen Gemeinschaften im Reisegebiet (soziale Dimension).

Im Gegensatz zum „sanften“ Tourismus (siehe 4.2.2), der hauptsächlich ein Nischenprodukt ist, werden im nachhaltigen Tourismus auch die Wirtschaftlichkeit von „sanftem Reisen“ und die gesellschaftlichen Interessen (vgl. Becker et.al.:9) berücksichtigt. Nachhaltige Reiseformen werden vor allem in wirtschaftlich schwierigen

---

<sup>24</sup> Diese Backpacker-Hostels werden meist vorher über das Internet reserviert (z.B. [www.hostels.com](http://www.hostels.com)).

Zeiten immer mehr zum Luxusprodukt, da diese Angebote meist preislich höher liegen als die klassischen Urlaubsformen wie All-Inclusive- und Club-Urlaub. Auf der anderen Seite aber, vor allem im Zuge der umweltbewussten Erziehung, lassen sich nachhaltige Produkte, „die sich nicht wesentlich im Preis von anderen, vergleichbaren Angeboten unterscheiden, gut verkaufen.“ (Wöhler 2001:45).<sup>25</sup>

#### 4.2.5 Ethnotourismus

„Die Zivilisationsmüden suchen Unterhaltung, Frische oder gar Heilung in der fremden ‚heilen‘ Welt.“ (Goethe 2002:20)

Schwärmerische und idealisierte Vorstellungen über Länder und deren Bevölkerung gab es schon seit Menschengedenken (z.B. „edle Wilden“, „Exoten“). In Europa kam das Interesse an „Exotischem“ gleichzeitig mit den großen Entdeckern und den ersten Sklaven. Sie wurden als wild, primitiv, schmutzig und unterwickelt bezeichnet, eine klares Zeichen der „Überlegenheit“ und Definitionsmacht europäischer und westlicher Länder (vgl. Trupp/Trupp 2009:18). Waren es früher noch wenig Touristen, die sich aufmachten, diese alternativen Pfade zu betreten, sind es heute deutlich mehr, die gelockt werden durch die gezielte Vermarktung einer „Gegenwelt“ der Exotik, Einzigartigkeit und Andersartigkeit ihrer Bewohner (vgl. Herdin/Luger 2001:14). Somit kann man von einer extern geleiteten ethnotouristischen Entwicklung sprechen (vgl. Trupp/Trupp 2009:10).

Im Gegensatz zu anderen Tourismusformen sind sich die Autoren in der Definition relativ einig. Kievelitz (1989) definiert Ethnotourismus als „eine Reiseform, deren Ziel der Aufenthalt bei einer fremden ethnischen Gruppe, speziell einer politisch und ökonomisch marginalen – oft tribalen – Gruppe ist.“ (zitiert in Trupp/Trupp 2009:9). Trupp und Trupp (2009) heben zusätzlich noch die angesprochenen Machtbeziehungen (siehe 2.2.Macht) zwischen den beteiligten Parteien im Ethnotourismus hervor (vgl. Trupp/Trupp 2009:10)<sup>26</sup>. Zielgebiete ethnotouristischer Aktivitäten sind, ähnlich wie im Ökotourismus, hauptsächlich periphere Gebiete, wie der Regenwald, Gebirgsregionen, Inseln oder Wüsten, in denen viele Minderheitengruppen leben. Weitere Charakteristika von Ethnotourismus sind (Trupp/Trupp 2009:11ff, Trupp 2009: 102f; Mader 2009:45ff): Der Besuch bei ethnischen (indigenen) Minderheiten (Kunsthandwerk, Bildung, Kultur); Der Besuch von Themenparks (großstadtnah, nationales und internationale Publikum, Präsentation von folkloristischer Musik und Tanz, meist von Regierungen zur Förderung des Tourismus in der Region und Integration ethnischer Minderheiten initiiert) und der

<sup>25</sup> Wöhler geht davon aus, dass es ungefähr 20% der Reisenden sind, die solche Produkte kaufen, die nicht nur von Nachhaltigkeit reden, sondern bereit sind, den höheren Preis dafür auf den Tisch zu legen (vgl. Wöhler 2001:45)

<sup>26</sup> Nach Thurner (2009) vergewissern sich Reisende im Ethnotourismus für gewöhnlich immer ihrer eigenen besseren Situation. „Das Mehr an materiellen Gütern wird als kulturelle Überlegenheit gedeutet.“ (Thurner 2009:163)

Besuch peripherer Gebiete (Trekking in unberührter Natur, (teilweise) Nutzung der dafür notwendigen ethnotouristischen Infrastruktur)

Die Idee, dass Ethnotourismus in erster Linie einen Beitrag zur Völkerverständigung durch interkulturelle Begegnungen leistet, wird von vielen Seiten kritisiert. Bei vielen Reisen gehört der Besuch einer indigenen Gemeinde nur als freiwilliges Anhängsel zum Programm. Dieser Kontakt ist nur auf wenige Minuten, Stunden oder Tage beschränkt und soll dem Touristen nur einen Einblick in die Kultur geben (möglichst auf der „Hinterbühne“). Die gemachten Erfahrungen werden Zuhause als „authentische“ und prägende Erfahrungen verkauft. Ein umgekehrter Besuch ist nicht möglich, der Austausch bleibt also eine „Einbahnstraße“ (vgl. Eder 1991:159). Insgesamt kann man wie in vielen anderen Tourismusformen bestimmte Vor- und Nachteile gegenüber stellen, die je nach Anbieter in die eine oder andere Richtung pendeln. So kann Ethnotourismus neue Einkommensmöglichkeiten, aber auch Abhängigkeit vom Tourismus schaffen, indigene Gemeinden nehmen an der Tourismusentwicklung aktiv teil und initiieren ihn, oder werden von Regierungen und Organisationen marginalisiert und instrumentalisiert, Akkulturation kann zu mehr Selbstbewusstsein in Bezug auf kulturelle Identität führen (Ausgleich der Definitionsmacht) oder destabilisierend wirken. Der Ethnotourismus mit seinen „authentischen“ Erfahrungen spielt auch im solidarischen Tourismus eine wichtige Rolle.

#### 4.2.6 Gemeindeorientierter Tourismus

Ein touristischer Ansatz, der dem Ethnotourismus sehr ähnelt, ist der „turismo comunitario“, in deutsch, gemeindeorientierter Tourismus. Dieser Ansatz ist aus der Tourismuskritik, vor allem der Einheimischen selber, hervorgegangen, die in verschiedenen Foren und Konferenzen auf Partizipationsdefizite im Tourismus aufmerksam machten.<sup>27</sup> In Lateinamerika kamen soziale, ökonomische und politische Aspekte wie Liberalisierung der (finanziellen) Märkte, das Bewusstsein der Wichtigkeit von Nachhaltigkeit sowie Unternehmensverantwortung, hinzu (OIT 2008:1).

Der „turismo comunitario“ wird definiert als ein Tourismus, der von lokalen Gemeinden und Dörfern initiiert und verwaltet wird, und dabei harmonisch mit den gesellschaftlichen, sozialen und natürlichen Prozessen innerhalb der Aufnahmeregion funktioniert (Herrero Amo 2006:8). In Bolivien zum Beispiel haben sich verschiedene Dörfer in Form einer NGO vernetzt, um diese Art von Tourismus, bei dem der Großteil der Ausgaben der lokalen Entwicklung der Dörfer und Gemeinden zu Gute kommt, zu fördern und zu

---

<sup>27</sup> Es wird zwischen verschiedenen Stufen der Partizipation unterschieden, die von bloßer Information über das touristische Geschehen bis hin zu kompletter Selbstverwaltung reichen können (Flacke-Neudorfer 2009:117). Letzteres trifft auf den „turismo comunitario“ zu.



bewerben (vgl. TUSOCO 2010). Vorteile dieser Tourismusform liegen in der Partizipation und dem fairen Anteil, den die Bevölkerung durch die Benutzung ihrer Gebiete vom Tourismus hat. Des Weiteren wird die Regionalwirtschaft angeregt, da hauptsächlich lokale und regionale Produkte verwendet werden und somit ein überteuerter Import von Luxusgütern ausgeschlossen wird. Durch die erhaltenen Arbeitsplätze und die Möglichkeit, sich als Tourist-Guides ausbilden zu lassen, wird zudem die Landflucht verringert.

## 5. (Reise) Motive

„Reisen gehört ganz offensichtlich zu den natürlichen Bedürfnissen des Menschen.“ (Eder 1991:169)

Die Motive touristischer Aktivitäten sind in zahlreichen Arbeiten erforscht worden (u.a. Opaschowski 1996; Wearing 2001, Schiekel 2008, Stiglechner 2009) und sollen nun anhand verschiedener Modelle geordnet werden um einen Überblick zu geben.<sup>28</sup>

Maslow (1943) versucht die Motivation anhand der Bedürfnishierarchie (Grund-, Gehobener und Luxusbedarf) zu erklären<sup>29</sup>. Freyer (2009) hat diese auf den Tourismus übertragen. Demnach sind Grundbedürfnisse und Sicherheitsbedürfnisse in früheren Reiseformen zu finden, da z.B. das Einkommen zur Sicherung der Lebensgrundlage von Reiseaktivitäten abhing (siehe 3.1). Auch die Regeneration der Arbeitskraft während der Industrialisierung ist dieser Kategorie zuzuordnen (Freyer 2009:72). Heutige Reiseformen, die der Selbstverwirklichung oder dem Prestigegewinn dienen, sieht Freyer auf der höchsten Stufe der Bedürfnispyramide. Die Tatsache, dass heutzutage immer mehr Menschen (westlicher Länder) der obersten Stufe zuzuordnen sind, ist auf die rasante Entwicklung verschiedener Tourismusformen im letzten Jahrhundert zurückzuführen. Zusammenfassend kann man sagen, dass Reisen in westlichen Gesellschaften einen Wandel vom Luxusgut zu einem „Grundbedürfnis“ durchlebt hat.

Generell unterscheidet man zwischen „Push-“ und „Pull-“ Faktoren, bzw. „weg von“ und „hin zu“ Motivationen (vgl. Opaschowski 1996:99).

---

<sup>28</sup> Für den solidarischen Tourismus spezifische Motivationen werden erst in 7.3.1 erläutert.

<sup>29</sup> Siehe hierzu z.B.. Maslow, A.H. (1994): Motivation und Persönlichkeit. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt

## 5.1 Push-Faktoren

„Die Reise wird als Suche begriffen, und gesucht wird nach etwas, das offenbar in der eigenen Kultur abhanden gekommen ist, wenn es denn darin je vorhanden war.“ (Obrecht 2009:22)

Opaschowski zur Folge sind Push-Faktoren oder „Weg von“ Motive die ausschlaggebenden Argumente für touristische Aktivitäten (Opaschowski 1996:101). Wie aus der Bezeichnung zu erkennen ist, handelt es sich um Motive, die eine Flucht aus der eigenen Gesellschaft, aus dem eigenen (sozialen) Umfeld veranlassen, da „etwas“ in dieser verloren gegangen scheint.

Im Urlaub wird dann diese Gegenwelt zum Alltag gesucht, in der die Träume und Wünsche der Reisenden erfüllt werden sollen.<sup>30</sup> In dieser „Konträr-Haltung“ (Opaschowski 1996:119), also der Realitätsflucht, wird jedoch nur subjektiv ein Gegensatz zum Alltag gefunden, da man bei genauerer objektiver Betrachtung auch im Urlaub die gleichen, oder zumindest ähnliche Aktivitäten durchführt (Opaschowski 1996:119). Weitere Motive umfassen Prestige und Rekordsucht (vgl. Maurer 1991:35). Je weiter, je exotischer, desto besser. Zu Hause erfolgt der Beweis „dass man da war“ in Form von Fotos und Souvenirs. Auch Umwelteinflüsse spielen eine Rolle. Je schmutziger das eigene Umfeld (Haus, Wohnviertel, Stadt, Land), desto höher ist die Motivation, Urlaub in sauberen Gebieten zu machen. Diese Frustrationsaspekte überwiegen allein aus dem Grund, damit die „schönsten“ Wochen des Jahres heller erstrahlen können (Opaschowski 1996:111).

## 5.2 Pull-Faktoren

Auf der anderen Seite sind „Pull“-Faktoren und „Hin zu“ Motive immer mit einer Suche nach etwas verbunden, wobei gerade dieses „etwas“ sehr anziehend wirkt. Es können Faktoren wie Klima, Menschen, Tiere, Architektur, politische Entwicklungen usw. sein, die den Reisenden aus Interesse und Forschung veranlassen, in eine bestimmte Region, in ein bestimmtes Land, zu einer bestimmten Kultur zu reisen (vgl. Breede 2008:140). Vor allem die Romantik hat „den Wunsch nach dem Ursprünglichen und Unberührten (in der Natur) hervorgehoben“ (Stiglechner 2009:50) und so Sehnsüchte bei der reisenden Bevölkerung geweckt. Dabei reicht jedoch das Ziel als Kulisse (Vorderbühne) in der Regel aus, da der Urlaub nur das „Original-Gefühl“ von Authentizität braucht (vgl. Opaschowski 1996:108). Weitere Motive und Merkmale dieser „Komplementärflucht“ sind Fortbildung, Selbstfindung und -entfaltung, die Suche nach ergänzenden Beschäftigungen, die

---

<sup>30</sup> Schlagwörter können hier „abschalten“, „sich fallen lassen“, „Tapetenwechsel“, „Neue Kraft sammeln“, „warme Sonne“, „saubere Umwelt.“ Sein.

komplettieren, was im Alltag keine Zeit gefunden hat sowie die Bereitschaft, Offenheit und das Interesse, sich auf „Neues“ einzulassen. (vgl. Opaschowski 1996:120).

Einen Aufschluss darüber, welche Motivationen überwiegen, kann der ADAC-Reisemonitor 2010 geben. Auf die Frage, welche die Hauptbeweggründe für die Auswahl des Reiseortes sind, antworteten 89,5% mit „schöne Landschaft“, 87,7% mit „man kann sich gut erholen“, 82,8 % mit „gastfreundliche Menschen“ und 73,1% mit „der Charakter des Landes“ (Krause 2010). Demnach kann lediglich der Wunsch nach Erholung als eindeutigen „Push-Faktor“ identifiziert werden. Ob es sich bei den anderen drei eindeutig um Pull-Faktoren handelt kann, nicht beantwortet werden, da man die subjektive Situation der Befragten nicht kennt.

Motive können bewusst oder unbewusst von äußeren Faktoren wie Trends, Medien oder Meinungen von Freunden und Bekannten abhängen und beeinflusst werden (vgl. Trupp/Trupp 2009:14f). Kievelitz (1989) unterscheidet des Weiteren zwischen psychischen (Rollenwechsel, Wunsch nach Exotik), sozialen (Neugier, „Rousseukomplex“) sowie kulturellen (Statusverbesserung, Kennenlernen fremder Kulturen) Gründen, eine Reise zu beginnen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass es viele Auslöser gibt, die Menschen dazu veranlassen auf Reisen zu gehen. Dabei sind Motivationen auch immer ein gewisser Spiegel der Gesellschaft, da Motive von ökonomischen, sozialen, gesellschaftlichen und politischen Umständen abhängen und sich dementsprechend verändern können. Während bei Push-Faktoren die Fluchtaspekte den Ausschlag geben, spielen bei Pull-Faktoren Interessensaspekte die wichtigste Rolle. Die Frage, ob beim solidarischen Tourismus eher Push- oder Pull-Faktoren auszumachen sind, wird in 7.3.1 diskutiert.

## 6. Tourismustypen

Viele Ansätze unterscheiden den Touristen in Bezug auf seine äußere Erscheinung (sichtbar), in seinen Verhaltensweisen (zum Teil sichtbar) und Motivationen (nicht sichtbar) (vgl. Freyer 2009:88).<sup>31</sup> Allgemein kann man zwischen Urlaubsreisen, Geschäftsreisen und Nicht-Reisen unterscheiden (vgl. ebd.:87). Letztere werden noch mal in Selten-Reisende (keine Reise in den letzten drei Jahren) und Intervall-Reisende (mind. eine Reise in letzten drei Jahren) unterteilt (vgl. ebd.: 98).

---

<sup>31</sup> Diese Unterscheidung ist für die Vermarktung und das Marketing insofern wichtig, als dass die verschiedenen (am besten zählenden) Zielgruppen erkannt und konkret angesprochen werden können.

Eine wichtige Einordnung, besonders in Bezug auf die vorliegende Arbeit nimmt Breede (2008) vor. Sie bestimmt in einem Modell die „eher traditionelle“ und „eher alternative“ Reiseformen als sich gegenüber stehende Extreme. Demnach werden „klassische“ Massentourismusformen als traditionell bezeichnet. Dazu gehören unter anderem der All-Inclusive-Urlaub, der SSS-Urlaub (sun-sand-sea) sowie Sport- und Abenteuerurlaub. Als eher alternative Reiseformen ordnet sie die Erlebnisreisen, den Ökotourismus, den gemeindeorientierten Tourismus und den Projekttourismus (siehe 7.) ein (vgl. Breede 2008:159). Zwischen den beiden Extrempolen liegen dann die Studienreisen (Bildungsreisen) und der bereits beschriebene Ethnotourismus.

Eine klassische immer wieder verwendete Typologie hat Hahn (1974) aufgestellt. Er unterscheidet in seinem Modell zwischen A (Abenteuerurlauber), B (Bildungs- und Besichtigungsurlauber), F (Ferne- und flirtorientierter Erlebnisurlauber), S (Sonne-, Sand- und Seeorientierter Erholungsurlauber) und W-Typen (Wander- und Sporturlauber), die durch verschiedene Merkmale gekennzeichnet sind (vgl. Freyer 2009:91). In dieser Arbeit interessiert aber hauptsächlich der „alternative“ Tourist, der Breede (2008) zufolge, Hahns Typ B darstellt<sup>32</sup>. Dieser Typ ist ein Bildungs- und Besichtigungsurlauber, der natur-, kultur- und sozialwissenschaftlich interessiert ist (vgl. Breede 2008:158).

Astrid Kösterke (2000) macht dagegen in einer Studie insgesamt fünf verschiedene Ansprechbarkeitstypen für interkulturelle Begegnungen im Urlaub aus (Kösterke 2000:219). Des Weiteren stellt sie Hemmfaktoren dieser Typen für interkulturelle Begegnungen heraus. Dazu hat sie junge Menschen im Alter von 14 bis 29 Jahren interviewt. Folgende Tabelle stellt die fünf Typen dar:

| Bezeichnung   | Charakteristika  | Hemmfaktoren               |
|---|--|----------------------------|
| <b>Typ1</b><br>„Der Ansprechbare, ich-will-alles’-Urlauber“   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- starkes Interesse an interkulturellen Begegnung und Austausch</li> <li>- Sucht indentity-group</li> <li>- Aneignung von Wissen über Land, Leute Gesellschaft, Kultur</li> <li>- Relativ jung (14-19)</li> <li>- Fremdsprachkenntnisse und Auslandserfahrung</li> <li>- Reisen in kleinen geführten Gruppen</li> </ul> | Keine relevanten vorhanden |
| <b>Typ2</b><br>„Der ansprechbare ‚auf-eigene-Faust’-Urlauber“ | <ul style="list-style-type: none"> <li>- starkes Interesse an interkultureller Begegnung und Austausch</li> <li>- Fremdsprachkenntnisse und Auslandserfahrung</li> <li>- Keine Vorbereitung</li> <li>- Selbstständiges Reisen</li> </ul>   | Keine relevanten vorhanden |

<sup>32</sup> Eine detaillierte Betrachtung ist in Freyer 2009:91, in Anlehnung an Hahn (1974) dargestellt.

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Typ3</b><br>„Der indifferente Familien-Urlauber“                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sucht Ruhe und Erholung</li> <li>- Ältere Gruppe (20-29 Jahre)</li> <li>- Haben oft bereits Kinder</li> <li>- Wenig Vorbereitung</li> </ul>  | Keine relevanten vorhanden  |
| <b>Typ4</b><br>„Der indifferente Erholungsurlauber“                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Starkes Interesse an Ruhe und Erholung</li> <li>- Reise in geführter Gruppe</li> <li>- Ältere Gruppe (20-29 Jahre)</li> <li>- Vorbereitung über Land und Leute</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- „Einheimische wollen keine Gespräche mit Einheimischen führen“</li> <li>- „Gespräche sind anstrengend“</li> <li>- Mut zur Kontaktaufnahme fehlt</li> <li>- „soziale Kontakte sind lästig“</li> </ul> |
| <b>Typ5</b><br>„Der schwer ansprechbare jugendliche ‚Spaß- und Action‘-Urlauber | <ul style="list-style-type: none"> <li>- auffällig jung (14-19 Jahre)</li> <li>- Interesse an Spaß und Aktivität</li> <li>- Reisen in peer- oder identity-group</li> <li>- Mallorca, Ibiza, Spanien, Italien</li> <li>- Kontakt zu Einheimischen nicht gewünscht</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- fehlende gemeinsame Sprachkenntnisse</li> <li>- „Gespräche sind anstrengend“</li> <li>- Soziale Kontakte sind gefährlich</li> <li>- „aufdringliche Einheimische sind Schuld“</li> </ul>              |

Tab. 1: Ansprechbarkeitstypen für interkulturelle Begegnungen

(Quelle: eigene Darstellung nach Kösterke 2000:200-226)

Sieht man sich diese unterschiedlichen Urlaubertypen an, kann man wie Kösterke daraus schließen, dass Typ 1 und Typ 2 der interkulturellen Begegnung im Urlaub aufgeschlossener gegenüberstehen als Typ 3 und Typ 4. Nur der Typ 5 lehnt diese Begegnung konsequent ab (vgl. Kösterke 2000:243).

Eine weitere Einteilung hat Smith (1977) vorgenommen, der zwischen sieben verschiedenen Touristentypen unterscheidet, wobei er sich nach ihrem zahlenmäßigen Auftreten und dem Grad der Anpassung an örtliche Normen orientiert. Die folgende Tabelle stellt diese Reisetypen dar.

| <b>Touristentyp</b>   | <b>Zahlenmäßiges Auftreten der Touristen in den Gastländern</b> | <b>Grad der Anpassung der Touristen an örtliche Normen</b> |
|---|---|--|
| Forschungsreisende  | Äußerst begrenzt  | Vollständige Akzeptierung                                  |
| Elite Touristen (wenige Einzelreisende und kleinere Gruppen in bisher ‚unberührten Gebieten‘) | Sehr selten zu sehen  | Volle Anpassung  |
| „Off-Beat-Touristen“ (sondern sich von der Masse ab und suchen das Abenteuer)                 | Ungewöhnlich, aber durchaus zu sehen                            | Passen sich weitgehend an                                  |
| „Ungewöhnliche Touristen“   | Gelegentlich zu sehen   | Passen sich teilweise an                                   |
| Beginnender Massentourismus   | Stetig steigende Zahl   | Suchen westlichen Komfort                                  |

|                   |                          |                             |
|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Massentourismus   | Kontinuierlicher Zustrom | Erwartet westlichen Komfort |
| Charter-Tourismus | Massenankünfte           | Verlangt westlichen Komfort |

Tab. 2: Touristentypen, zahlenmäßiges Auftreten, Grad der Anpassung

(Quelle: Smith, V.L. (Hg.).(1977): Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism, o.O.: University of Pennsylvania Press, dargestellt in Freyer 2009:489)

Es gilt zu bedenken, dass diese Darstellung bereits 1984 aufgestellt wurde und viele der neuen (alternativen) Reiseformen keine Beachtung finden. Jedoch verdeutlicht die Tabelle im Gegensatz zu den anderen Modellen die Anzahl der Touristen und deren Grad der Anpassung und verweist somit auf konkrete Folgen für die Reiseziele. Zwar hat der Massentourismus für die lokale Wirtschaft oft verheerende Auswirkungen, allerdings besteht kein direkter Einfluss auf die Kultur der Zielregion, da Touristen nur die Dienstleistungskultur erleben. Die Eliten haben dagegen starken kulturellen Einfluss auf die Bevölkerung, da sie sich zwar versuchen „anzupassen“, aber trotzdem noch immer andere Lebenswelten, -stile, Werte und Vorstellungen in die Zielregion hineintragen. Vor allem das bereits angesprochene Machtverhältnis spielt hier eine entscheidende Rolle. Des Weiteren ist festzustellen, dass der Einfluss auf Hochkulturen weniger stark ausgeprägt ist als auf „primitive“ und „fragile“ Gesellschaften. Jedoch kann man den Elite- und Forschungsreisenden eher intensive interkulturelle Begegnungen zutrauen als dem Massentourist. Die folgende Darstellung liefert einen Überblick der Intensität der möglichen interkulturellen Begegnung genannter Urlaubsformen und Touristentypen.

### Intensität der interkulturellen Begegnung von Urlaubsformen und Touristentypen

|       |                  |                 |                |                                |
|-------|------------------|-----------------|----------------|--------------------------------|
| Wenig | All inclusive    | Typ 5           | S-Typ<br>F-Typ | Massentourist, Charter-Tourist |
|       | Ökotourismus     |                 |                | Leichter Massentourist         |
|       | Studienreisen    | Typ 3 und Typ 4 | W-Typ          | Ungewöhnliche Touristen        |
|       | Ethnotourismus   |                 | A-Typ          | Off-Beat-Touristen             |
|       | Erlebnisreisen   | Typ 2 und Typ 1 |                | Elite-Touristen                |
| Stark | Life-Seeing      |                 | B-Typ          |                                |
|       | Projekttourismus |                 |                | Forschungsreisende             |
|       |                  |                 |                |                                |
|       | Breede (2008)    | Kösterke (2000) | Hahn (1974)    | Smith (1977)                   |

Abb. 1: Intensität interkultureller Begegnungen von Urlaubsformen und Touristentypen

Quelle: Breede (2008: 160), eigene Ergänzung der Urlaubstypen von Kösterke (2000), Hahn (1974) und Smith (1977)

Bei einer Kategorisierung dieser Art muss beachtet werden, dass die Reiseangebote je nach Anbieter variieren. Ein touristisches Produkt kann, wie bereits geschildert, nach außen als gut, sozial- und umweltverträglich dargestellt werden, intensiv klingen und interkulturelle Begegnungen mit den Einheimischen (besonders im Ethnotourismus) können versprochen werden. Ob diese dann allerdings tatsächlich in dieser Form zustande kommen, ist fraglich und findet in der Einteilung der Tourismustypen keine Berücksichtigung. Letztendlich können Tourismusanbieter nur die Möglichkeiten für eine intensive, gelungene interkulturelle Begegnung und Erfahrung schaffen. Der Tourist ist dann derjenige, der sie zusammen mit den Bereisten nutzen muss.

## **7. Solidarischer Tourismus**

Der solidarische Tourismus ist v.a. in der deutschsprachigen Literatur bisher ein wenig berücksichtigtes Thema. Während in den USA, Kanada und Großbritannien das Freiwilligenengagement im Ausland sehr stark ausgeprägt ist (z.B. „Gap-Year“), findet es in der Öffentlichkeit Deutschlands bisher nicht viel Berücksichtigung. Es sind aber Tendenzen zu vermehrtem Öffentlichkeitsbewusstsein zu erkennen, was (staatliche) Programme wie „weltwärts“ zeigen. Dieser Teil der Arbeit widmet sich explizit dem solidarischen Tourismus. Dazu wird kurz seine Entwicklung dargestellt, dann eine Begriffsbestimmung vorgenommen und schließlich Beweggründe und die unterschiedlichen Arten aufgezeigt.

### **7.1 Entwicklung**

Der solidarische Tourismus ist ein relativ neues Phänomen und hat sich unter anderem aus der Tourismusform Studienreisen entwickelt. Die klassische Studienreise fand in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts statt, Akademiker, Schüler und Wissenschaftler gingen auf Reisen, um an verschiedenen Orten zu lernen. Wurde die Studienreise früher ausschließlich zu akademischen Zwecken durchgeführt, ist sie heute eine Mischung aus Freizeit, aktiven Elementen (Arbeiten) und Wissensvermittlung.<sup>33</sup> Einen weiteren Ursprung hat der solidarische Tourismus in dem freiwilligen Engagement verschiedener Akteure nach dem ersten Weltkrieg. Der Schweizer Pazifist Pierre Ceresole veranstaltete

---

<sup>33</sup> Dazu passt die Definition aus dem Katalog 2010 von Studiosus: „Studienreise: Sie lernen ein Land in seiner ganzen Vielfalt kennen, tauchen ein in Kultur und Alltag, begegnen Menschen und Landschaften. Und finden dabei Zeit für sich – zum Genießen und Entspannen“ (Studiosus 2010:2)

so 1920 zum Zweck der Völkerverständigung zwischen Frankreich und Deutschland das erste Workcamp, in dem französische und deutsche Jugendliche ein durch den Krieg zerstörtes Dorf wiederaufbauten (vgl. Stiglechner 2008:33). Nach dem Zweiten Weltkrieg machten sich viele Organisationen auf, den interkulturellen Austausch (Schüleraustausch, Workcamps usw.) zum Zweck der Völkerverständigung zu fördern (American Field Service, Service Civil International, Peace Corps USA, New Zealand und Australian Volunteer Abroad, United Nations Volunteers).<sup>34</sup> Durch die positive wirtschaftliche Entwicklung und den technischen Fortschritt nahm das ehrenamtliche Engagement vor allem junge Leute im Ausland zu. Dieser Trend sank jedoch mit der (ökologischen) Kritik am Massentourismus in den 70er Jahren zusammen (vgl. Schiek 2008:62), welche sich auch gegen den entwicklungspolitischen Projekttourismus, dem vermehrt negative soziokulturelle Auswirkungen bescheinigt wurden (vgl. Mäder 1980:23), richtete. In den 80er Jahren reisten aus politisch motivierten und solidarischen Gründen viele junge Menschen nach Nicaragua, um dort solidarisch in (Regierungs-)Projekten zu arbeiten, bei nicaraguanischen Familien zu wohnen und die sandinistische Revolution zu unterstützen.<sup>35</sup> Man sah die Möglichkeit, die negativen soziokulturellen Folgen durch gelebte internationale Solidarität abzuschwächen (vgl. Silk 1993:226). Aufgrund der herrschenden Kritik nahm die Zahl der Organisationen immer weiter ab. Erst durch die 1992 auf der Rio Konferenz ausgelöste Nachhaltigkeitsdebatte und den propagierten Ökotourismus kam wieder Leben in den solidarischen Tourismus, der zunächst von lokalen und großen NGOs (u.a. WWF), später aber auch vermehrt von Reisebüros durchgeführt wurde, die die Marktnische erkannt hatten. Heute gibt es immer mehr Menschen, die ihren Urlaub „sinnvoll“ in einer Kombination aus Freizeit, Erholung und Freiwilligenengagement verbringen wollen.

## 7.2 Einordnung im Tourismus

### 7.2.1 Definition

Eine allgemeingültige und anerkannte Definition des solidarischen Tourismus hat sich bisher in Deutschland nicht durchgesetzt. In der Literatur und der Reisewelt werden viele Begriffe verwendet, wie zum Beispiel „International Volunteering“, „Volunteer-Tourismus“, „Voluntourism“, „Volontariat“, „Projektarbeit“, „Freiwilligenengagement“ usw. In dieser Arbeit wird jedoch der Begriff des solidarischen Tourismus synonym zu

---

<sup>34</sup> Z.B. ist der SCI (Service Civil International e.V.) 1920 aus einer pazifistischen Bewegung heraus gegründet worden. Sie wollten durch „weltweite Freiwilligenarbeit in Form von Workcamps zur Völkerverständigung und zu internationalem Frieden beitragen.“ (Funke/Schnabel 1993:371)

<sup>35</sup> 80% der Touristen in Nicaragua 1987 waren an der sandinistischen Revolution interessiert (vgl. Silk 1993:225)



„Volunteer Tourismus“ (z.B. Wearing 2001) verwendet. Die Auswahl dieses Begriffes bezieht sich auf den südamerikanischen Fokus dieser Arbeit und ist daher in Anlehnung aus dem spanischen „turismo solidario“ übernommen worden. Auch in der spanischen Literatur und Reisewelt ist der Begriff „turismo solidario“ noch sehr umstritten. Während manche in der Solidarität das Hauptmotiv der Reisenden sehen (vgl. Herrero Amo 2003:4, Sancho 2004:6), fügen andere noch Elemente wie Altruismus, Völkerverständigung, Schutz indigener Rechte, wirtschaftliche, soziokulturelle und ökologische Verträglichkeit, sowie Wissenstransfer hinzu (Diez 2004:22; Cantero 2007:44; Viajes Responsables 2010). „Canal Solidario“ (2002) definiert den solidarischen Tourismus als Tourismusform, in der der Tourist „die Zeit der Ferien nutzt, um in irgendeinem Projekt in einem Entwicklungsland mitzuwirken.“ (zitiert in Sancho 2004:6). Hier werden also die Begriffe „Freizeit“, „Projektarbeit“ und „Entwicklungsland“ hervorgehoben. Eine andere spezifischere Definition von solidarischem Tourismus, die in der Literatur häufige Verwendung findet, ist die von Wearing (2001):

“The generic term ‘volunteer tourism’ applies to those tourists who, for various reasons, volunteer in an organized way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments or research into aspects of society or environment.”(Wearing 2001: 1)

Die genannten Elemente wie freiwilliges Arbeiten, Helfen von (materiell) benachteiligten Bevölkerungsgruppen, die Restaurierung der Umwelt, wissenschaftliches (Er-)Forschen und die aus der ersten Definition genannten Elemente sind ausreichend, um den solidarischen Tourismus den alternativen Reiseformen zuzuschreiben. Hinzu kommt, dass der Faktor Erholung hier vergleichsweise gering ausgeprägt ist. Des Weiteren kann der solidarische Tourismus, je nach Ausrichtung Elemente vom Ökotourismus, Kulturtourismus, Ethnotourismus, Wissenschaftstourismus, Abenteuerismus oder gemeindeorientiertem Tourismus enthalten (vgl. Wearing 2001:30). All diesen Formen ist gleich, dass sie „keinen ‚large-scale‘ Tourismus sondern einen ‚small-scale‘ Tourismus [darstellen], das heißt einen weniger dichten, verstreuten Tourismus in ländlichem Raum anbieten.“ (Schiekel 2008:64) Im Folgenden werden die Zusammenhänge in einem Schaubild noch einmal verdeutlicht.

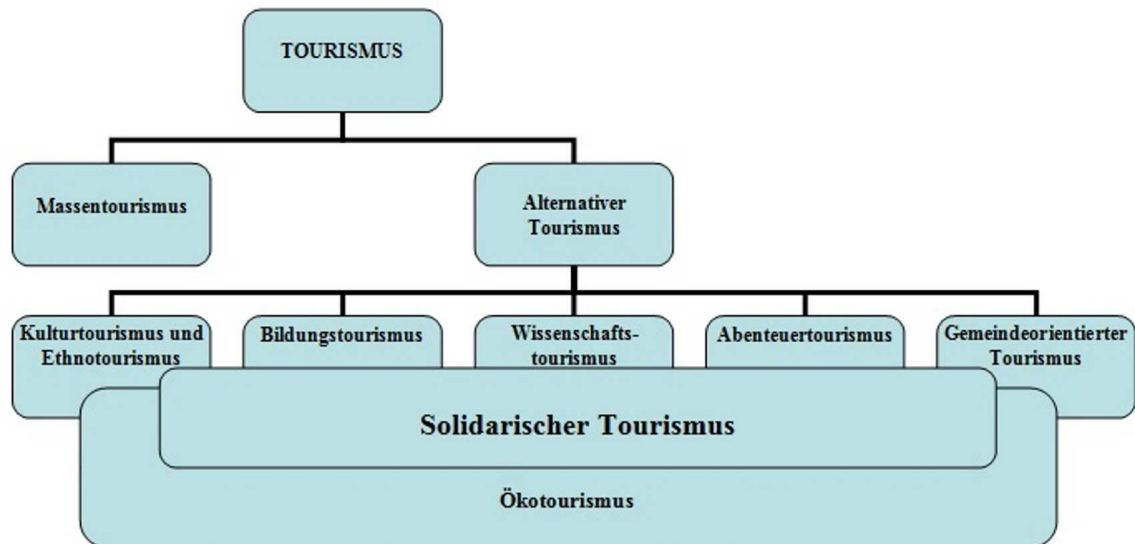


Abb. 2: Verortung des solidarischen Tourismus

(Quelle: Wearing 2001:30 mit eigener Ergänzung)

Da die genannten eher alternativen Reiseformen immer Elemente aus dem Ökotourismus beinhalten, umspannt er im Modell alle Formen. Ein Ethnotourismus zum Beispiel ist ohne Naturerfahrung genauso wenig möglich, wie ein Abenteuerurlaub (z.B. Rafting oder Trekking). Der Ökotourismus stellt nach Wearing zusammen mit „internationalem Engagement“ und Freizeit die drei Hauptelemente des solidarischen Tourismus dar (Wearing 2001:24). Wie in der Definition auszumachen war, kann man grob zwischen zwei verschiedenen Arten des solidarischen Tourismus unterscheiden. Bei der ersten Form („community volunteer“) wird der Tourist in gemeinde- und sozialorientierte Projekte eingeteilt, während er bei der zweiten Variante („wildlife volunteer“) in einem ökologischen (Schutz-)Projekt zum Einsatz kommt (ebd.:1).

Nach Diez (2004) hat der solidarische Tourismus zehn Prinzipien zu erfüllen (Diez 2004:23):

- „comunidades“ (Gemeinden) müssen im touristischen Geschehen aktiv eingebunden werden und mitwirken
- „comunidades“ müssen einen fairen Anteil aus dem Tourismusgeschäft bekommen
- „comunidades“ gehen vor Kunden (erst mit „comunidades“ sprechen, dann Touristen „schicken“)
- Ökologische und umweltverträgliche Nachhaltigkeit
- Respekt vor der einheimischen indigenen Kultur
- Tour Operators müssen mit „comunidades“ zusammenarbeiten
- Tour Operators müssen kleine Gruppen sicherstellen, um sozio-kulturelle Auswirkungen zu verringern
- Aufklärung der Touristen durch Tour Operators (Foto, Kleidung, Verhalten usw.)
- Teilnahme der Bevölkerung am Tourismus (keine erstellten Zeremonien)

➤ Respektieren, wenn „comunidades“ NEIN zum Tourismus sagen

Der solidarische Tourismus grenzt sich des Weiteren von Projektbesuchen oder Projekttourismus ab. Da ein Basis-Element die Arbeit aus freiwilligen Motiven ist, können „Reisen, deren hauptsächliches Ziel es ist, Entwicklungsprojekte zu besuchen“ (Mäder 1980:4) ausgeschlossen werden. Der Tourist wird hier eher nur zum „Beobachter“ oder „Voyeur“, wie Herdin und Luger (2001) ausgeführt haben.

### 7.2.2 Abgrenzung vom Freiwilligendienst

In Deutschland wird eher von Freiwilligendienst als von solidarischem oder Volunteer-Tourismus gesprochen. Durch Angebote wie dem „Anderen Dienst im Ausland“ (ADiA), Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ) oder Europäischer Freiwilligendienst (EFD), bei denen jährlich tausende von jungen Erwachsenen ins Ausland gehen und in der Regel in sozialen oder ökologischen Projekten arbeiten, verschwimmen die Grenzen zu solidarischen Reiseformen. Jedoch kann man beim genaueren Betrachten einige Unterschiede ausmachen.

Sie unterscheiden sich unter anderem in a) der Aufenthaltsdauer (ADiA mindestens ein Jahr, ein solidarischer Aufenthalt oder Workcamps dauern mindestens eine Woche), b) der Teilnehmerzahl (große oder kleine Gruppen, Workcamps in der Regel 18 Teilnehmer, vgl. Chang/Perl 2006:6), c) der Zusammensetzung der Teilnehmer (Alter, Nationalität eher national bei ADiA und international bei Workcamps und solidarischem Tourismus), d) der Vor- und Nachbereitung (z.B. Pflicht bei „weltwärts“) und e) den Anbietern (Regierungen, NGOs, Tourismusindustrie). Ferner kann man die Mitarbeit in Projekten in zwei Formen gliedern. „Volunteer-minded“ wird der solidarische Tourismus genannt, wenn die aktive Mitarbeit der Hauptgrund des Reisens ist und die meiste Zeit einnimmt. „Vacations-minded“ ist demensprechend eine Projektform, bei der die Arbeit nur einen Teil des „Gesamtpaketes“ bildet (vgl. Schiekkel 2008:60).

Neben diesen Unterschieden haben alle die Gemeinsamkeit, dass in den Projekten, in denen gearbeitet wird, das Programm von der jeweiligen Organisation vorgefertigt „serviert“ wird (vgl. Funke/Schnabel 1993:371). Gemeinsam ist des Weiteren, dass alle Teilnehmer aufgrund unterschiedlicher Motivationen eine gewisse Zeit im Ausland verbringen. Diese Beweggründe werden im nächsten Kapitel betrachtet.

## 7.3 Elemente des solidarischen Tourismus

### 7.3.1 Motivation

In 5. (Motive) wurde unter anderem zwischen „Push-“ und „Pull-“Faktoren (Opaschowski 1996 u.a.), verschiedenen Bedürfnisebenen (Maslow 1943), sowie kulturellen, psychischen und sozialen Motiven (Kievelitz 1989) unterschieden.

Speziell auf den solidarischen Tourismus kann man zwischen fünf verschiedenen Dimensionen unterscheiden (vgl. Wearing 2001: 66, Broad/Jenkins 2008:78ff):

Der Altruismus (Selbstlosigkeit, Solidarität) ist die erste Kategorie. Klassische Aussagen von Touristen, die man immer wieder findet, ist die Motivation, „etwas zurückgeben“, „etwas für die anderen“ zu tun und „helfen“ zu wollen, bis hin zu idealistischen und ideologischen Aussagen wie „die Welt retten“ zu wollen (vgl. Herrero Amo 2003:61). Ziel ist es also, einen Beitrag zu sozialer, ökologischer und ökonomischer (globaler) Gerechtigkeit zu leisten, der entweder aus persönlichen Erfahrungen oder medienvermittelt zum Ausdruck kommt (vgl. Schiekkel 2008:73). Man möchte z.B. einen direkten Beitrag zur Verbesserung entweder der Lebenssituation indigener Völker oder der Meeresschildkröten auf den Galapagosinseln leisten. Diese altruistische Motivation ist nach Wearing (2001) eng an ökonomische Machtverhältnisse gebunden. Sancho (200X) hat beobachtet, dass sich in den letzten Jahrzehnten dieses doppelte Phänomen herauskristallisiert hat (vgl. Sancho 2004:8): Auf der einen Seite ein neuer Lebensstil bezüglich der Arbeit sowie eine gesellschaftliche Ausrichtung nach Nachhaltigkeit, Solidarität und sozialer Gerechtigkeit und auf der anderen Seite der Boom von NGOs, humanitären und entwicklungspolitischen Verbänden, die die Bevölkerung für diese Themen sensibilisiert haben (vgl. Sancho 200X:8).

„Working with them and trying to improve their lives [...] doing something constructive or helpful, rather than just going and looking.“ (Wearing 2001:66)

Die zweite Kategorie bilden die Motive Reisen und Abenteuer. Aussagen wie „Distanz haben“, „etwas Neues kennenlernen“ fallen hier rein. Dabei ist es egal, ob Menschen, Natur oder andere Orte aufgesucht werden, da das Wichtigste die Lust am Reisen und das Erleben von Abenteuern ist. Vor allem Backpacker, die schon viel gereist sind, sehnen sich danach etwas außergewöhnliches zu erleben, und tiefer in die Kultur der Einheimischen einzutauchen (vgl. Schiekkel 2008:63). Wenn das Reisen die Hauptmotivation ist, wird versucht, diese Lust „schön“ zu verpacken, indem man auch einen kleinen Teil Arbeit

(solidarischer Tourismus) einbaut. Der Wunsch zu reisen kann man also als „Push-Faktor“ sehen, da es generell eine Flucht vor der aktuellen Lebenssituation (Abitur, Studium, Arbeitsalltag, Rente) darstellt (vgl. Stiglechner 2009:57).

“It was a cheap way to travel and to experience a different culture.” (Broad/Jenkins 2008: 79)

Die dritte Kategorie wird als persönliche Entwicklung („personal growth“) bezeichnet (vgl. Wearing 2001:67). Darunter sind hauptsächlich egozentrische (die eigene Person betreffende) Motive zu fassen, da unter anderem der Wunsch nach persönlichem Wachstum und Lernen über sich selbst besteht. Diese dienen zur Förderung der inneren Zufriedenheit und können positive Auswirkungen auf das persönliche Bewusstsein haben. Aber nicht nur sich selbst möchte man erfahren und sich selbst beweisen, sondern auch Lerninhalte und Wissensvermittlung (z.B. über Entwicklungsländer oder Fauna und Flora) spielen eine wichtige Rolle. Maslows (1943) Bedürfnishierarchie zufolge ist diese Motivation der höchsten Stufe zuzuordnen, da der Mensch auf der Suche nach persönlicher Entfaltung ist.

“I thought it would be a great experience for me personally”  
(Broad/Jenkins 2008:81)

In der vierten Kategorie geht es um den interkulturellen Austausch, bzw. das interkulturelle Lernen.<sup>36</sup> Der Tourist möchte viele prägende Erfahrungen in den lokalen „comunidades“ sammeln und mit anderen Teilnehmern, Einheimischen und sonstigen involvierten Personen in Interaktion treten. Der Aufbau von Freundschaften und sozialen Netzwerken spielt ebenfalls eine Rolle. Kulturelle Besonderheiten, Werte, Denkweisen, Traditionen, all das möchte der Tourist erleben und erfahren und seinen eigenen kulturellen Hintergrund an die Gastgeber vermitteln. Dabei scheint zu gelten, dass diejenigen Kulturen am interessantesten sind, „die sich von der eigenen am meisten unterscheiden.“ (Turner 2009:159).

“To take myself out of my own cultural environment and put myself somewhere different,” (Wearing 2001: S.68)

Das fünfte Motiv ist die berufliche Entwicklung. Man möchte den Urlaub, die Arbeit nutzen, sich weiterzubilden, um dann gestärkt und mit neuem Selbstbewusstsein zu Hause

---

<sup>36</sup> In einer empirischen Studie fanden Chang und Perl (2006) heraus, dass die Hauptmotivation, bei einem Workcamp teilzunehmen das Interesse ist andere Menschen (anderer Kulturen) kennenzulernen. Sie schlussfolgern, dass „der typische Teilnehmer ein unabhängiger, kontaktfreudiger, wenig ängstlicher und an neuen Erfahrungen interessierter junger Mensch ist.“ (Chang/Perl 2006:10).

an den alten Aktivitäten anzusetzen. Teilweise werden diese Tätigkeiten gezielt für die Berufswahl ausgesucht, zum Beispiel als Student der sozialen Arbeit in einem Kinderheim oder als Medizinstudent in einem Krankenhaus. Im besten Falle kann man sich den Aufenthalt als Praktikum anrechnen lassen, was sich positiv in dem Lebenslauf einbinden lässt. Die Motive in dieser Kategorie sind also auch eindeutig egozentristisch ausgelegt.

“I really thought it would help my course.” (Wearing 2001: S.69)

Söderman und Snaed (2008) haben untersucht, was junge Menschen dazu veranlasst, nach Lateinamerika zu gehen. Die Motivationen, allgemein ins Ausland zu gehen, decken sich größtenteils mit den ausgeführten Kategorien (vgl. Söderman/Snaed 2008:123). Im konkreten Bezug auf Lateinamerika sind die Motive „das Unbekannte und die Gefahr“, „die Vielfältigkeit der Landschaft und Kulisse“, „Sprachverbesserung“, „Beeinflussung durch das soziale Umfeld“, sowie der Zeitfaktor. Sie schlussfolgern, dass hauptsächlich Sprachmotive die jungen Menschen dazu veranlassen, ins Ausland zu gehen (ebd.:125)

Wearing stellt fest, dass Altruismus (Solidarität) und Reisen die größten Motive für solidarische Tourismusaktivitäten sind (vgl. Wearing 2001:70). Jedoch kann man davon ausgehen, dass auch Karrieremotive heutzutage eine immer größere Rolle spielen. Reflektiert man genannte Motive, sind sie eher den „Pull-Faktoren“ zuzuordnen, können auf der höchsten Stufe der Bedürfnishierarchie und in allen drei Ebenen (psychologisch, sozial, kulturell) angesiedelt werden.

### 7.3.2 Vorbereitung

Wie bereits erwähnt, ist es aufgrund der individuellen Ausrichtung und Arbeitsweise der verschiedenen Anbieter schwierig, allgemeine Aussagen zu bestimmten Merkmalen zu treffen. Die Vorbereitung ist eine Sache, die von Organisation zu Organisation unterschiedlich gehandhabt wird. Der erste Schritt ist aber für gewöhnlich die Auswahl der Teilnehmer:

Bei den meisten nicht-profitorientierten Organisationen müssen die Interessierten Lebenslauf und/oder Motivationsschreiben einreichen (u.a. Verein für internationalen Austausch, Internationale Jugendgemeinschaftsdienste). Auch können telefonische Gespräche über Motivation, Absichten, Vorlieben, Stärken und Qualifikationen usw. geführt werden. Ziel der Organisationen ist es, sich ein Bild vom Reisenden zu machen, um ihn einem bestimmten Projekt und Gastfamilien (nach Interessen, Aktivitäten usw.) zuordnen zu können. Führungszeugnisse fordern nur einige Unternehmen, um sicher zu gehen, dass keine Krimineller oder pädophilier Mensch in einem Kinderprojekt arbeitet.

Die Vorbereitung soll Kompetenzen der Freiwilligen entwickeln, die ihn dazu befähigen, unvoreingenommen, lernwillig und motiviert seine Ausreise anzutreten (vgl. Spencer 2008:56). Geht es bei dem Projekt um interkulturelles Lernen oder entwicklungsbezogenes Lernen, dann ist eine Vorbereitung zu empfehlen. Dabei können die Teilnehmer an interkulturelle Begegnungen und entwicklungspolitische Fragestellungen herangeführt werden, regionale Kenntnisse vermittelt bekommen, sowie eine Selbstreflexion und über sich und die eigene Kultur.<sup>37</sup> Kleine gemeinnützige Vereine haben es sich zum Beispiel zur Aufgabe gemacht, jungen Freiwilligen eine kostengünstige Vorbereitung zu bieten, wenn diese beim Veranstalter nicht vorhanden ist.<sup>38</sup>

Aufgrund von hohen Kosten verzichten viele Anbieter auf eine Vorbereitung in Deutschland, und geben nur ein kurzes „Briefing“ bei der Ankunft sowie Tipps zu Reiselektüren. Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. bietet Reisenden für einen kleinen Kostenbeitrag das „Sympathie-Magazin“ an, ein alternativer Reiseführer, der auf das Land einstimmen und seine Probleme sensibilisieren soll. Sprachkurse gehören in vielen Fällen zum Reisepaket dazu und werden parallel zu der Arbeit angeboten.

### 7.3.3 Finanzierung

Die Finanzierung bzw. die Reisekosten sind sehr unterschiedlich. Der Teilnehmerpreis kann von Anbieter zu Anbieter stark variieren. So verlangen manche Organisationen nur den Aufbau eines Spendenkreises, bei eigener Organisation der Flugkosten und Unterkunft, während andere Organisationen auch diese zur Verfügung stellen. In diesem Fall kann der Preis zwischen 0 und 2000 € liegen (vgl. Gersmann 2006:29). Bei den meisten Projekten geht das Geld direkt in die Gemeinden und deren dörfliche Entwicklung (siehe 6.2.6 „Turismo comunitario“). Ratsam ist es daher, über das Internet an eine lokale NGO heranzutreten und nach Möglichkeiten des Volunteering zu fragen, da so sichergestellt werden kann, dass die finanziellen Mittel bei der NGO, bzw. bei der „comunidad“ oder dem Projekt bleiben. In Bezug auf die Dauer ist festzustellen, dass kürzere Aufenthalte in einem Projekt umgerechnet generell teurer sind als langfristige angelegte Projekte (u.a. Sustainable Bolivia). Unterstützung kann man als Student vom DAAD beantragen, wenn der solidarische Tourismusaufenthalt von der Universität als Praktikum anerkannt wird.

---

<sup>37</sup> Beim interkulturellen Training werden hier meist „critical incidents“ (kleine Fallbeispiele, bei denen der Tourist für mögliche schwierige Situationen sensibilisiert werden kann) verwendet.

<sup>38</sup> Ein Beispiel ist das „Bolivien-Netz“, ein Zusammenschluss ehemaliger Bolivienfreiwillige, das jungen Bolivien-Ausreisenden die Möglichkeit bietet, an einem Wochenendseminar teilzunehmen. ([www.bolivien-netz.de](http://www.bolivien-netz.de))

### 7.3.4 Zielgruppe

Generell ist festzustellen, dass viele Anbieter vor allem versuchen, junge Menschen zu motivieren, einen Auslandsaufenthalt zu machen. Verschiedene Studien (Kösterke 2000, Schiek 2008, Stiglechner 2009) haben herausgefunden, dass die Hauptzielgruppe solidarischer Aktivitäten junge, vorwiegend weibliche Menschen zwischen 18 und 28 Jahren sind. Das ist darauf zurückzuführen, dass eine Erfahrung im Ausland vor allem in dieser Zeit möglich erscheint, da sie zwischen zwei Lebensabschnitten stattfindet (Schule-Studium, Studium-Beruf, „noch“ keine familiären Verpflichtungen). Motivationen könnten vor allem in der Selbstfindung und in altruistischen Motiven liegen. Kösterke (2000) führt des Weiteren an, dass diese jungen Menschen durch eine gute formale Bildung und Sprachkenntnisse, günstige Voraussetzungen für interkulturelle Begegnungen besitzen (vgl. Kösterke 2000:240). Viele Organisationen haben dementsprechend Freiwilligendienste („weltwärts“, ADiA, FSJ u.a), Internationale Workcamps, Praktikas usw. in ihrem Programm.

Solidarische Touristen kommen hauptsächlich aus ökonomisch gut gestellten Herkunftsländern Zentral- und Westeuropas, den USA oder Australien und Neuseeland.<sup>39</sup> In Bezug auf den Bildungsgrad stellen Aderhold und Vielhaber (1981) fest, dass mit zunehmender Schulbildung die Aufgeschlossenheit für einen Auslandsaufenthalt steigt, da vor allem Fremdsprachen eine wichtige Rolle spielen (Aderhold/Vielhaber 1981:45 zitiert nach Maurer 1992:47)

### 7.3.5 Akteure

Vermarktet werden solidarische Tourismusaktivitäten heute inzwischen von Regierungen, Nichtregierungsorganisationen, sowie von privaten Unternehmen der Tourismusindustrie (vgl. Lyons/Wearing 2008:6).

Bei den privaten Organisationen und Reiseagenturen ist zu beobachten, dass der Aufenthalt zur freiwilligen Mitarbeit in einem Projekt nur ein optionaler Baustein einer gesamten (meist länderübergreifenden) Reise ist. Die Umsetzung vieler profitorientierter Organisationen ist dementsprechend auf einen geringen Organisationsaufwand mit maximaler Kostenreduzierung für einen optimalen Gewinn ausgerichtet (vgl. Stiglechner 2009:46). Man möchte möglichst viele solidarische Touristen in Projekte unterbringen, sodass diese teilweise mit Volontären überversorgt sind. Durch das starke Profitinteresse, ist es fraglich, ob die Projekte wirklich einen fairen Anteil des Reisepreises bekommen (vgl. Lyons/Wearing 2008:7). Die Werbung ist gezielt auf die Bedürfnisse der Volontäre

---

<sup>39</sup> Daher ist es nicht verwunderlich, dass die meiste Literatur in Bezug auf solidarischen Tourismus aus Australien kommt (Wearing 2001, Lyons/Wearing 2008 u.a.)



ausgerichtet. Es wird lieber von Volontariat, Volunteering oder Projektarbeit gesprochen als von solidarischem oder Volunteertourismus.<sup>40</sup>

Die Bolivianische Regierung spielt eher eine untergeordnete Rolle (im Gegensatz zu Nicaragua während der sandinistischen Revolution). Sie setzt in der Regel nur die Rahmenbedingungen für den Tourismus, in Bezug auf Einreise, Aufenthaltsgenehmigung, Standortattraktivität oder Subventionen von Entwicklungsprojekten.

NGOs spielen eine wichtige Rolle im solidarischen Tourismus. Herrero Amo (2003) unterscheidet zwischen NGOs, die aus Eigennutz und NGOs, die aus Uneigennützigkeit handeln (vgl. Herrero Amo 2003). Die Anbieter kommen in der Regel aus der Zivilgesellschaft, sind entweder ökologisch, sozial, politisch oder konfessionell ausgerichtet und werden von größeren NGOs im Ausland, meist über das Internet, vermarktet (vgl. Schiek 2008:77). In den bereisten Ländern stellen sie eine wichtige Brücke zwischen der „comunidad“ und den Touristen dar. Durch den direkten Kontakt zu den Einheimischen haben sie Kenntnisse über deren Bedürfnisse, sodass die eingenommenen Gelder zielgerecht verwendet werden können. Spencer (2008) hebt hervor, dass politisch motivierte NGOs durch solidarischen Tourismus einen potenziellen Pool an Mitstreitern und Geldgebern für soziale Bewegungen rekrutieren und transnational vernetzt werden können (vgl. Spencer 2009:39). NGOs sind aber in der Regel von Spenden und finanziellen Zuschüssen abhängig, sodass es (vor allem in Krisenzeiten) zu engen Kooperationen mit Regierungen und der Privatwirtschaft kommt (vgl. Lyons/Wearing 2008:9)

Die „comunidades“ sind wichtig für die Beziehungen zwischen den Einheimischen und den Touristen. Eine „Top-Down“ Strategie, wie sie oftmals angewendet wird, wird nicht mehr akzeptiert, was in der Regel der Tourist zu spüren bekommt (von Ignoranz bis zu Fremdenfeindlichkeit). Wichtig ist, dass sie in die Planung und dem Management von solidarischen Tourismusprojekten aktiv eingebunden werden und diese selbst initiieren.<sup>41</sup>

Im Mittelpunkt des Interesses steht meist der Tourist selber. Aufgrund der ökonomischen Überlegenheit wird diese auch in vielen Fällen von der Bevölkerung als eine solche wahrgenommen. Grundsätzlich sind die Organisatoren dafür verantwortlich, bestimmte Rahmenbedingungen für eine gelungene Begegnung von Einheimischen und Touristen zu schaffen. Darunter könnte eine Aufklärung über Rechte und Pflichten des Touristen (klare Rollenverteilung) sein, die dazu beitragen kann, dass auf „der gleichen Augenhöhe“ gearbeitet wird. Nur so können sich gute nachhaltige Beziehungen zwischen der

---

<sup>40</sup> Kriterien zur Auswahl einer Organisation sind unter anderem zu finden in Gersman 2006 und Söderman/Snaed 2008

<sup>41</sup> Ein schönes Beispiel gelungener Organisation ist der bolivianische Dachverband „TUSOCO“ (Red Boliviana de Turismo Solidario y Comunitario), der viele kleine ländliche Gemeinden, die an touristischen Projekten interessiert sind, zusammenführt und vertritt.

„comunidad“ und dem solidarischen Touristen etablieren, die durch globale Vernetzung zu einem „empowerment“ der besuchten Region führen kann (vgl. Spencer 2008:42).

### 7.3.6 Durchführung

Im Folgenden wird dargestellt, wie die Durchführung in Bezug auf die Gruppe, Ort, Dauer, Unterkunft, Arbeitstätigkeiten sowie Freizeitgestaltung aufgebaut ist.

Die Gruppengröße ist entscheidend für die interkulturelle Begegnung. Eine große Gruppe hat den Nachteil, dass sie in sich allein schon sehr heterogen ist, und sich eventuell innerhalb dieser wiederum neue Gruppierungen bilden. Des Weiteren kann sie eine Eigendynamik entwickeln, die dazu führt, dass die Mitglieder unter sich bleiben und der Kontakt zu der Bevölkerung auf ein Minimales beschränkt wird. Einzelreisende haben die Möglichkeit, sich besser in die Gemeinschaft zu integrieren. Jedoch sind sie der Gefahr der Isolierung ausgesetzt.

Ein Ort, mit dem sich die Touristen mit der Zeit identifizieren können, spielt auch eine signifikante Rolle für die solidarische Erfahrung, (vgl. Wearing 2001:113). Die meisten Projekte liegen in reizvollen, abgelegenen und „unzivilisierten“ Gebieten im Urwald (Yungas, Beni) oder auf dem Andenplateau (La Paz, Oruro, Potosi, Titicacasee). Ausschlaggebend für die touristische Entscheidung eines Ortes ist die mediale Gestaltung durch Filme, Berichte, Reportagen, Prospekte, sodass in manchen Regionen (Yungas) ein regelrechter Boom ausgelöst werden kann.

Die Dauer ist, wie bereits angesprochen, unterschiedlich. Es kann unterschieden werden zwischen „Short-Term-Aufenthalten“, die maximal vier Wochen dauern, „Mid-Term-Aufenthalten“ bis zu sechs Monaten und „Long-Term-Aufenthalte“ ab sechs Monaten (vgl. Stiglechner 2008:27, IJGD 2010, Kolping 2010 u.a.).

Die Unterkunft findet in der Regel in Gastfamilien statt (u.a. Projects Abroad 2010). In manchen Projekten aber auch in gemeinsamen Sammelunterkünften, Zelten oder anderen Unterbringungen (vgl. IJGD 2010c). In den „comunidades“ findet man häufig ein Rotationssystem vor, d.h., bei jeder neuen Gruppe an Freiwilligen nimmt eine andere Familie die Gäste auf. So kann sichergestellt werden, dass die Einkünfte gleichmäßig verteilt sind. Generell kann man vermuten, dass die Unterkunft der Ort ist, wo der meiste und intensivste Kontakt zu den Einheimischen besteht (vgl. Breede 2008:287). Daher ist die Unterbringung der Volunteers ein zentrales Element solidarischer Tourismuserfahrung. Die Arbeit ist je nach Projekt unterschiedlich. In Wearings Definition (siehe 13.1) sind schon die Bereiche soziales und ökologisches Engagement angesprochen worden. Diese soll nun noch um archäologische Ausgrabungen und Workcamps erweitert werden.

### Naturschutz und Tierschutz

Ein großer Bereich, wie Abb. 2 (S.45) bereits verdeutlicht, beschäftigt sich mit Natur- und Tierschutz. Die große Nachfrage an solchen Projekten hängt dabei mit dem Wunsch der Teilnehmer nach einer Kombination aus dem Leben und Arbeiten in der Natur zusammen. Da die natürliche Umwelt als einzigartig empfunden wird, ist man bereit, einen Beitrag dafür zu leisten, dass auch die Natur für nachfolgende Generationen erhalten bleibt (vgl. Wearing 2001:49). Daraus schlussfolgert Wearing, dass die Ansätze der (Öko-)Organisationen einen entscheidenden Beitrag zur solidarischen Tourismuserfahrung beisteuern (vgl. Wearing 2001:13). Aufgaben in Umweltprojekten können Aufforstung von Wäldern, Hilfe bei Forschung und Anpflanzungen, Erhalt von Biotopen oder das Anlegen von gepflasterten Wegen und Pfade und Sanierung von Brücken (zur Förderung des Ökotourismus), umfassen. Diese Arbeiten können je nach Auslage körperlich sehr anstrengend sein (vgl. Gersmann 2006:26). Auf der anderen Seite kann man sich in Tierschutzreservaten um die Pflege der Tiere kümmern, Datenbanken und Studien erstellen, Öffentlichkeitsarbeit betreiben oder Tierwärtertätigkeiten übernehmen. Eine beliebte Aufgabe unter den Touristen ist die Pflege und der Schutz von Schildkröten, das unter anderem die costaricanische NGO „La Tortuga Feliz“ anbietet.<sup>42</sup>

### Soziales Engagement

Des Weiteren kann man sich in sozialen Projekten engagieren. Arbeitstätigkeiten können unter anderem die Hausaufgabenbetreuung oder Assistenz der Lehrer in Schulprojekten sein, man kann Sprach- und Computerkurse durchführen und Theater oder andere Workshops mit Jugendlichen, Erwachsenen oder älteren Menschen durchführen. Neben diesen Tätigkeiten im Bildungsbereich wird man bei längeren Aufenthalten auch vermehrt in Kinder- und Straßenprojekten eingesetzt und kümmert sich dort zum Beispiel um arme Familien, Schuhputzer oder Kinder in Waisenhäusern. Schließlich kann man auch im medizinischen Bereich (Krankenhaus, Ambulanz) eingesetzt werden, was jedoch einer vorherigen Ausbildung bedarf. In diesem Tätigkeitsbereich hat man einen viel intensiveren Kontakt zu den Einheimischen, was auf der einen Seite viel Freude bereiten kann, aber auch mit hohen Anforderungen an die Freiwilligen verbunden ist, da sie sich „auf die Kinder und ihre Kultur einstellen müssen und nicht umgekehrt.“ (Gersmann 2006:26).

### Archäologische Ausgrabungen und Denkmalpflege

In manchen Gebieten kann man auch Ausgrabungen vornehmen, oder in der Denkmalpflege eingesetzt werden. Vor allem der Anbieter „Aktion Sühnezeichen

---

<sup>42</sup> Weitere Informationen unter <http://www.latortugafeliz.com> (letzter Zugriff 15.06.2010)

Friedensdienste“ (ASF) bietet verschiedene Programme in Bezug auf die Pflege jüdischer Denkmäler in ganz Europa an. In Bezug auf Lateinamerika hat das Earthwatch-Institut verschiedene Programme z.B. auf den Osterinseln im Angebot.<sup>43</sup> In Bolivien gibt es diese Art von Tätigkeiten bisher nicht.

### Workcamps

Die Workcamps sind ebenfalls eine klassische Freizeitaktivität. Es treffen sich meist junge Leute aus zahlreichen verschiedenen Ländern, um gemeinsam an unterschiedlichen Projekten zu arbeiten. Bei dieser solidarischen Projektform gibt es Campleiter, die die Gruppe (ca. 15 Teilnehmer) betreuen und anweisen und eine Brücke zwischen den Einheimischen und den Touristen bilden sollen. Während bei anderen Projekten eher der Austausch zwischen Einheimischen und Touristen im Vordergrund steht, spielen hier die interkulturellen Beziehungen zwischen den internationalen Teilnehmern eine entscheidende Rolle (vgl. Gersmann 2006:44).

Neben dem solidarischen Arbeiten, sind bei den Anbietern ergänzende Freizeitelemente vorzufinden. In den meisten Organisationen wird ein Verhältnis von Arbeit und Freizeit mit 1:1 angegeben (Kolping e.V., IJGD.e.V. u.a.). Das heißt, dass bei einem Workcamp von zwei Wochen, im Anschluss maximal zwei Wochen freie Zeit zum Reisen zur Verfügung stehen. Der Reisetil ist dementsprechend ein wichtiger Bestandteil und Motivation (wie in 14.1 beschrieben). Daraus kann man auch die Haltung vieler Teilnehmer erklären, die sich selber nicht als „Tourist“, sondern als Volunteer oder Freiwilliger sehen („Nicht-Tourist“, Freyer 2009:526).

### 7.3.7 Nachbereitung

Neben der Vorbereitung bieten viele Organisationen auch Nachbereitungen an. Wie im Falle von IJGD sind diese zum Teil verpflichtend oder können über externe Akteure durchgeführt werden (vgl. IJGD 2010b). Die Nachbereitung im entwicklungspolitischen Kontext ist daher wichtig, da die rückkehrenden Freiwilligen einen potenziellen Gewinn für die jeweilige Organisation darstellen. Sie können sich so durch die gemachten Auslandserfahrungen nach der Rückkehr weiterhin freiwillig im Heimatland engagieren und wichtige Informationen weitergeben. Des Weiteren können sie durch Erzählungen, Vorträge und Berichte über ihren Aufenthalt neue Freiwillige anwerben. Weiter oben wurde schon auf die Bedeutsamkeit von sozialen Bewegungen und solidarischem Tourismus hingewiesen. Für diese NGOs ist es besonders wichtig, Rückkehrer zu

---

<sup>43</sup> Siehe hierzu [www.earthwatch.com](http://www.earthwatch.com)

gewinnen, um so die eigene Bewegung zu stärken. Vor allem eher links und alternativ ausgerichtete solidarische Bewegungen gehen diesen Mustern nach.

Neben diesen eigennützigen Interessen der Organisationen kann eine gelungene Nachbereitung der Teilnehmer auch für die Reflexion der gemachten Erfahrungen fruchtbar sein.

## **8. „Sustainable Bolivia“ in Cochabamba**

Um die theoretischen Ausführungen zum solidarischen Tourismus verstehen zu können, wird nun die Organisation „Sustainable Bolivia“ in Cochabamba mit einem ihrer Projekte vorgestellt.

Die Stadt Cochabamba liegt im gleichnamigen „departamento“ Cochabamba auf ca. 2400 m ü.NN und stellt mit 1,5 Millionen Einwohnern die drittgrößte Stadt Boliviens (vgl. Bolivia 2010). Auch touristisch gesehen liegt Cochabamba neben La Paz, Santa Cruz und Copacabana, mit 7,7% an vierter Stelle der meistbesuchtesten Orte Boliviens (INE 2008:20). Vor allem die große Christutstatue (Christo de la Concordia), die mit 44,44 m sogar größer ist als die im brasilianischen Rio de Janeiro, das warme Klima, sowie der größte Markt Südamerikas („la cancha“) veranlassen Reisende, nach Cochabamba zu reisen.

### **8.1 Die Organisation**

„Sustainable Bolivia“ wurde im August 2007 von einem amerikanischen Global Studies- und Politikwissenschaftler als non-profit-Organisation in Cochabamba, Bolivien, gegründet. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, auf der einen Seite durch Prinzipien der ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit lokale Gemeinden und Projekte zu fördern und auf der anderen Seite jungen Menschen die Möglichkeit zu bieten, bei diesen Projekten aktiv mitzuwirken. Das Team besteht aus sieben Mitarbeitern, bei denen vier aus Bolivien, und drei aus den USA kommen. Die Organisation besitzt unter anderem eine eigene Sprachschule, in der die Teilnehmer zusätzlich zum Programm ihre Sprachkenntnisse erweitern können. Besonders an der Sprachschule ist, dass sie auch Themen und Wissen über die Geschichte Boliviens, Land, Kultur, Religion sowie soziale und politische Geschehnisse vermittelt. Neben Spanisch werden auch drei indigene Sprachen angeboten.

Das Freiwilligenprogramm bietet jungen und alten Menschen die Möglichkeit, in einem sozialen Projekt im Bereich Bildung, Gesundheit, Umweltschutz, Mikrofinanzen, Erziehung oder Gleichberechtigung mitzuarbeiten. Langzeit-Volunteers arbeiten

mindestens einen Monat in dem Projekt (maximal vier Volunteers zur gleichen Zeit). Das wird damit begründet, dass langfristiges Engagement zu intensiveren Begegnungen zwischen den Einheimischen, also den Hilfsbedürftigen, und den Freiwilligen führt, woraus die Bedürftigen letztendlich einen Vorteil ziehen können. Beworben wird der Freiwillige über das Internet mit dem Versprechen, sich bei „Sustainable Bolivia“ durch Sprachkenntnisse und interkulturelle Erfahrungen beruflich weiterentwickeln zu können. Die Kurzzeit-Volunteers sind dagegen maximal einen Monat in einem Projekt tätig. Bezüglich des Preises sind sie dementsprechend teurer als Langzeitaufenthalte.<sup>44</sup> Der Preis enthält die Unterkunft, die Stellenvermittlung, Internet- und Telefonzugang, einen Einführungskurs, den Transport vom/bis zum Flughafen, den Reinigungsdienst in der Unterkunft, sowie ein „Mini-Grant“ in Höhe von 75 US-Dollar. Daneben bietet die Organisation noch Stipendien für hochbegabte Studenten aus sozial schwachen Familien an.

Das „Mini-Grant“ Programm ist darauf angelegt für mehr Transparenz zu sorgen. Jeder Volunteer bekommt von seinem eigenen bezahlten Teilnahmepreis 75 US-Dollar pro Monat ausbezahlt, mit dem er das Projekt unterstützen soll, in dem er arbeitet. So wird dem Touristen mehr Verantwortung in seiner Rolle als Freiwilliger gegeben. Gleichzeitig kann er so genau verfolgen, wo sein Geld eingesetzt wird.

Die Unterkunft findet, je nach Wunsch des „Travellers“ und in Abhängigkeit von der Aufenthaltsdauer, in lokalen Wohngemeinschaften (Einzel- oder Mehrbettzimmer) oder in Gastfamilien statt. Die WGs sind komplett eingerichtete Häuser, mit Telefon- und Internetanschluss, Hängematten, Innenhof, Küche, Badezimmer und Aufenthaltszimmer. Bei den Gastfamilien verfügt der Volontär über ein „eigenes, komfortabel eingerichtetes Zimmer“ (Sustainable Bolivia 2010), dass von einer Reinigungskraft gesäubert wird. Die Familie bereitet drei Mahlzeiten pro Tag vor.

Neben dem Volunteering bietet „Sustainable Bolivia“ auch Ökotourismusreisen an. Das ist insofern interessant, als dass die Organisation sich so dreistellig aufstellt: Gemeindeentwicklung, solidarischer Tourismus und Ökotourismus.

## 8.2 Projekte

Insgesamt stellt „Sustainable Bolivia“ für den solidarischen Touristen mehr als 25 lokale Projekte zur Auswahl, bei denen Touristen aus 35 verschiedenen Ländern teilnehmen, die im Durchschnitt 25 Jahre alt sind. Diese Projekte werden von regionalen kleinen Organisationen geführt und verwaltet. Sustainable Bolivia hilft diesen Einrichtungen durch

---

<sup>44</sup> Ein Langzeitaufenthalt kostet in einem Mehrbettzimmer 300 US-Dollar monatlich, während ein Kurzeinsatz wöchentlich 100 US-Dollar kostet. Der Aufenthalt in Gastfamilien ist teurer.

Beratung, finanzielle Mittel, sowie durch die Freiwilligen, die in den Projekten arbeiten. Durch das Mini-Grant-Programm fließen auch direkt finanzielle Mittel an die Projekte. Nun soll ein konkretes Projekt vorgestellt werden, bei dem die meisten (sieben) Volontäre gearbeitet haben.

Das „Centro de Apoyo Integral Carcelario y Comunitario“ (CAICC) ist ein Projekt, in dem ausgestoßene Kinder sowie Kinder und Jugendliche von inhaftierten Eltern leben, lernen, essen und spielen. Es unterteilt sich in eine Schule und eine Kindertagesstätte. Ziel des Projektes ist es, den Bedürftigen eine neue Heimat zu bieten und sie auf dem Weg in ein würdevolles Leben zu begleiten. Die Organisation kümmert sich insgesamt um ca. 170 Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 1 und 18 Jahren. Die Volontäre arbeiten hauptsächlich in der Essensausgabe, in der Hausaufgabenhilfe, Betreuen die kleineren Kinder oder sind Spiel- und Freizeitkameraden für die Bedürftigen. Dabei können sie mit Hilfe der Mini-Grand-Programme auch eigene Projekte entwickeln. Die Arbeitszeit beträgt im Durchschnitt 30-35 Stunden in der Woche.

### 8.3 Auswertung der Berichte

Aus den Erfahrungsberichten, die auf der Homepage von „Sustainable Bolivia“ einzusehen sind, wurden sieben ausgewählt, die alle dem gleichen und oben beschriebenen Projekt zuzuordnen sind. Die Teilnehmerinnen kamen aus England, Australien, den USA, Iran, Bolivien und zwei aus Kanada. Die Berichte wurden anhand der Kriterien: Motivation, Arbeit, Kultur, Sprache, Reiseart, Unterkunft sowie NGO ausgewertet. Alle Namen wurden verändert. Diese Auswertung soll nur einen kleinen Überblick geben und ist in jedem Falle nicht repräsentativ genug, um generelle empirische Aussagen über das Projekt machen zu können. Schließlich wurden die Berichte von der Organisation selbst auf die Homepage gestellt, um für ihr Programm zu werben.

Insgesamt sind auf der Homepage 32 Berichte veröffentlicht worden (davon wie ausgeführt sieben in dem genannten Projekt). Auffällig ist, dass die Arbeit und das Haus besonders stark Erwähnung fanden (27, bzw. 20 Mal). Mit Haus ist hier das Leben mit anderen Volontären zusammen in einer Unterkunft gemeint. Nur drei Volontäre wohnten in einer Gastfamilie. Sieben Teilnehmer waren Backpacker, die Projektarbeit war also nur ein Teil der Gesamtreise.<sup>45</sup> Bei ebenfalls sieben Freiwilligen spielten die erlernten Sprachkenntnisse eine Rolle. Die Freiwilligenarbeit war bei sieben Teilnehmern auf die eigene Erwerbsbiographie zurückzuführen, da sie die Arbeit auswählten, um sich (praktisches) Wissen anzueignen („Karriereförderung“).

---

<sup>45</sup> So stellte das „Instituto Nacional de Estadísticas“ (INE) Boliviens fest, dass 55,5% der Touristen neben Bolivien auch andere Länder bereisen (INE 2008:21)

Da die Mehrheit der Teilnehmer des Projektes bereits in Südamerika bereisten, kann die Hauptmotivation in dem Wunsch nach Alltag und Routine gesehen werden.<sup>46</sup> So wurden drei der Volontäre während ihrer Reise relativ spontan auf die Organisation aufmerksam. Nur Miriam erwähnt, dass sie auch schon vor ihrer Abreise die Absicht hatte, sich in Südamerika zu engagieren. Die Motivation von Eva und Theresa sind dagegen altruistischen Motiven zuzuordnen (Eva: „I was interested in giving to the community“ [A1:2]; Theresa: „I wanted to do volunteer work that would ultimately empower people and contribute to positive long-term change rather than reinforcing inequality.“ [A3:8f]). Die Motivation der anderen beiden Teilnehmerinnen sind der egozentrischen Kategorie zuzuordnen. Während Theresa Spanisch lernen und Arbeiten verbinden wollte, hat Alexandra nach einer Arbeit gesucht, die ihren Interessen entspricht.

Die Arbeit erfuhr unterschiedliches Gewicht innerhalb der Beschreibungen. Evas gesamter Bericht ist ausschließlich der Arbeit in dem Projekt gewidmet. Charly hat dagegen die Arbeit als ein Kontrapunkt zu ihrer Reise gesehen, da sie viele auf der Straße arbeitende Kinder wahrgenommen hatte. In Therasas Bericht findet die Arbeit nur in einem Nebensatz Erwähnung. Bis auf Eva haben alle Freiwilligen herausgestellt, dass sie von der Offenheit und Herzlichkeit der Kinder sehr beeindruckt waren, was für sie sehr wichtig war. (Charly: „The Kids were all really happy and enjoyed seeing new volunteers“ [A2:9f]; Kirsten: „The children were incredibly open, friendly, and loving.“ [A7:17]).

In Bezug auf die bolivianische Kultur ist es auffällig, dass sich nur vier der sieben Teilnehmer dazu äußern. Charly und Kathleen haben über die bolivianische Kultur von ihrer Spanischlehrerin bei „Sustainable Bolivia“ erfahren. Alexandra hebt stattdessen Stadt, Leute und Sonne, sowie die entspannte Atmosphäre Cochabambas hervor (Alexandra: „[...]beautiful city with beautiful people and beautiful weather“[A6:9]). Eva stellt im Gegensatz dazu die Diversität Boliviens in den Vordergrund, die sie noch intensiver erleben will.

Die Teilnehmerinnen scheinen unterschiedliche sprachliche Voraussetzungen gehabt zu haben. Charly, Miriam, Kathleen, Alexandra und Kirsten haben den Sprachkurs besucht, und sich durchweg positiv gegenüber der Spanischlehrerin geäußert. Eva und Theresa äußern sich nicht über sprachliche Verständigungsschwierigkeiten, wobei letztere schon in der Motivation angegeben hatte, dass sie ins spanischsprachige Ausland reisen wolle, was den Schluss zulässt, dass sie schon Spanischkenntnisse vorweisen konnte.

Wie bereits angedeutet war für vier der Teilnehmerinnen am CAICC das „Volunteering“ nur ein Teil einer größeren Rundreise. Charly, Kathleen und Kirsten hatten sich bereits einige Monate lang in Lateinamerika aufgehalten, während Miriam die Projektarbeit als

---

<sup>46</sup> Auch Wearings zweite Dimension „Reisen und Abenteuer“ kann man hier heranziehen (siehe dazu 7.3.1)



Einstieg ihrer Reise wahrnahm. Charly und Kirsten betonten des Weiteren, wie wichtig es sei, sich nach dem Reisen zu Hause und wohl fühlen zu können.

Alle bis auf Eva äußerten sich bezüglich der Unterbringung. Dabei war nur Theresa in einer Gastfamilie untergebracht, was sich mit ihrer Motivation, Spanisch lernen zu wollen deckt. Das Zusammenwohnen mit den anderen Volontären war für die restlichen Teilnehmer eine wichtige Erfahrung, da sie sich in dieser familiären Umgebung sehr wohl gefühlt haben (Alexandra: „The volunteers [...] are like a huge family helping to maintain a positive environment“ [A6:19f]; Kirsten: „I really enjoyed the family atmosphere in the house.“ [A7:14]). Kathleen und Kirsten hoben zusätzlich die internationale Zusammensetzung der Häuser hervor.

Bezüglich der NGO wurde der nette, freundliche und zuvorkommende Charakter von Sustainable Bolivia am häufigsten genannt. Besonders die Flexibilität und Exaktheit der Zuweisung nach Interessen der Teilnehmer wurde stark betont (Miriam: „volunteering at last minute“ [A4:5f]; Kathleen: „With only two days notice they promptly organized a place for me.“ [A5:5]). Dagegen war für Theresa der nichtprofitorientierte und helfende Charakter der Organisation sehr wichtig.

Betrachtet man sich die Aussagen, kann man erkennen, dass alle Volontäre unterschiedliche Biographien haben, jedoch auch einige Gemeinsamkeiten aufweisen. Fasst man die Gruppe der Backpacker zusammen, so ist zu erkennen, dass vor allem Sprachkenntnisse, die freundliche, offene und herzliche Art der Kinder sowie das Zusammenleben mit Volontären aus der ganzen Welt hervorgehoben wurden. Mit Ausnahme von Theresa und Eva sind hauptsächlich egozentrische und Abenteuer- bzw. Reise-Motive zu erkennen. Interessanterweise hat keiner der Freiwilligen die Teilnahme am CAICC mit beruflichen und karrierefördernden Motiven begründet.

Diese Auswertung ist, wie gesagt, sehr generell gehalten, und sollte nur einen kleinen Überblick in die Praxis des solidarischen Tourismus geben. Im nächsten Schritt wird der solidarische Tourismus in wirtschaftlicher, ökologischer und soziokultureller Dimension untersucht.

## **9. Ergebnisse in verschiedenen Dimensionen**

### **9.1 Wirtschaftliche Dimension**

Im Hinblick auf die wirtschaftliche Dimension des solidarischen Tourismus können ganz unterschiedliche Ergebnisse erzielt werden. Amprao Sancho (2004) unterscheidet zwei Ansätze, um den Tourismus in wirtschaftlicher Hinsicht zu gestalten. Der erste sieht den Tourismus als auslösenden Faktor von wirtschaftlicher Entwicklung in strukturschwachen Regionen (Sancho 2004:2). Dagegen sieht der zweite Ansatz den Tourismus als ergänzende finanzielle Ressource zu der schon bestehenden Wirtschaft aus Landwirtschaft, Dienstleistung und Handwerk (ebd.:2). Letzterer Ansatz scheint für den solidarischen Tourismus der entscheidende und bessere Ansatz zu sein, um einer ausschließlichen Abhängigkeit vom Tourismus entgegenwirken zu können. Auch die Selbstverwaltung über diese Ressourcen und die touristische Aktivität, im Sinne eines „turismo comunitario“, wäre sinnvoll auf den solidarischen Tourismus anzuwenden. Die positiven Folgen wurden mit weniger Landflucht, Etablierung von Arbeitsplätzen, Diversifizierung des Einkommens, Empowerment usw. bereits genannt. Auch die Umsetzung, zum Beispiel die Bevorzugung lokaler Produkte vor teuren Importen aus dem Ausland, lässt das Potential dieser Tourismusform im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erkennen. NGOs können dabei eine unterstützende und beratende Rolle einnehmen, wenn gewährleistet ist, dass sie nicht ihre eigenen Interessen verfolgen, sondern wirklich an einer Verbesserung der Lebensbedingungen der Betroffenen interessiert sind.

Ein Ansatz, den lokalen Projekten zu helfen, hat Sustainable Bolivia mit der Etablierung des Mini-Grant Programms entwickelt. Der Vorteil dieses Systems ist, dass der Tourist direkt sieht bzw. bestimmt, wofür sein Geld verwendet wird. So wird er zum potentiellen Partner und solidarischen Spendengeber des Projektes, der „comunidad“ oder der NGO. Des Weiteren kann so spontan auf bestimmte kritische Situationen reagiert werden. Jedoch birgt dieser Ansatz auch die Gefahr, dass bei ausbleibenden touristischen Aktivitäten bzw. bei fehlendem Interesse der solidarischen Touristen auch diese zusätzliche Einnahme ausbleibt.

Die Messbarkeit wirtschaftlichen Fortschritts ist nicht einfach. Viele Einnahmen müssen nicht automatisch Fortschritt für die ganze Bevölkerung bedeuten, da der Grad der Beteiligung von Organisation zu Organisation und von Projekt zu Projekt variieren kann. Vor allem in Bolivien ist die Kluft zwischen einer breiten armen Bevölkerung und einer kleinen reichen Oligarchie besonders stark ausgeprägt. In diesem Falle sind Reiseunternehmen zu nennen, deren einziges Ziel es ist, Profite aus dem solidarischen Tourismus zu schlagen und mit umweltverträglichen, nachhaltigen Floskeln zu werben.

Die Touristen müssen sich bei der Auswahl eines Anbieters die Frage stellen, ob es moralisch vertretbar ist, dass ein Unternehmen, indem es freiwillige Beschäftigung in einem sozialen Projekt anbietet, maximalen Gewinn daraus erwirtschaftet. Wenn also aus dem Nischenprodukt solidarischer Tourismus ein profitorientiertes Massenprodukt durch große Konzerne wird, müssten alle Beteiligten das Konzept des solidarischen Tourismus, der auf Uneigennützigkeit basieren sollte, hinterfragen.

Will man erreichen, dass Gewinne aus dem Tourismus gleichmäßig verteilt werden, wäre also ein Ansatz einer Mischung aus solidarischem und gemeindeorientierten Tourismus zu wählen.

## 9.2 Ökologische Dimension

In dieser Arbeit wurde zwar ein soziales Projekt gewählt, jedoch soll auch noch mal kurz die potenzielle Bedeutung für ökologische Entwicklungen durch den solidarischen Tourismus aufgezeigt werden.

Wearing (2001) folgert aus seiner Studie, bei der er ein ökologisches Projekt in Costa Rica untersucht hat, dass der solidarische Tourismus in der Lage ist, nachhaltige ökologische Entwicklung zu fördern, sodass letztendlich alle Beteiligten aus dem Tourismus profitieren können (vgl. Wearing 2001:12). Die Touristen profitieren dementsprechend aus einer intakten Natur, wegen der sie häufig angereist sind, die lokale Bevölkerung aus den Einnahmen dieser Tourismusform. Diese Einnahmen sind daher wichtig, dass sich erst bei der Befriedigung der Grundbedürfnisse der Bevölkerung, ein Sinn für Umwelt- bzw. Naturschutz entwickeln kann, weil sie zum Beispiel die Notwendigkeit von Kahlschlag der Regenwälder eingrenzen. Unter Natur- und Umweltschutz müssen dementsprechend auch die Menschen gefasst werden, die von der Natur in diesen Gebieten leben.

Maßnahmen, die zu einer Verbesserung der Situation und dem Schutz von Regenwäldern und Reservaten beitragen können, kann man zum Beispiel in der Erhebung von Eintrittsgeldern, der Beschränkung von Transportkapazitäten sowie der Kontrolle gegenüber Verletzungen sehen. Des Weiteren müssten die Organisatoren und Touristen Regionen meiden, die ganz offensichtlich nicht solche Maßnahmen aufgenommen haben, und stattdessen aus Profitgier immer mehr Gebiete für touristische Aktivitäten erschließen und in Anspruch nehmen. Die bolivianische Regierung sollte dementsprechend an ihrem natur- und sozialverträglichen Kurs festhalten und konkrete Maßnahmen entwickeln, und sich nicht aufgrund anderer ökonomischer und politischer Interessen damit nur nach außen profilieren.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Bolivien war Ausrichter der ersten „Weltkonferenz der Völker über den Klimawandel und die Rechte der Mutter Erde“ in Cochabamba (vgl. Beutler 2010)

Der solidarische Tourismus in diesen Gebieten kann das Umweltbewusstsein der Bevölkerung genauso fördern wie das umweltverträgliche Konsumverhalten des Touristen selber.

### **9.3 Soziokulturelle Bedeutung und interkulturelle Begegnung**

Neben den bereits behandelten Dimensionen wird nun die soziokulturelle Bedeutung, also interkulturellen Begegnungen, im solidarischen Tourismus erörtert. Es wurden dazu im theoretischen Teil Ausführungen zu Macht und Machtdistanzen, Status, Vorurteile und Stereotypen, Rollen, Fremdheit, Gruppendynamiken sowie Bedingungen für die Ansprechbarkeit auf interkulturelle Erfahrungen gemacht. Nun sollen diese theoretischen Inhalte mit dem solidarischen Tourismus verknüpft und Chancen und Risiken interkultureller Begegnungen in dieser Tourismusform aufgezeigt werden.

#### **Status und Macht**

Im theoretischen Teil wurde dargestellt, dass der Status einer Person in jedem Land, in jeder Gruppe eine unterschiedliche Bedeutung erfährt. Der Volunteer hat, obwohl er in dem gleichen Projekt wie die Einheimischen arbeitet, automatisch einen anderen Status, da er erstens nur temporär anwesend ist, und zweitens Geld bezahlt, anstatt Lohn zu erhalten. Aus den Berichten der Teilnehmer lassen sich keine Aussagen herausfiltern, die auf den Status einer Person hinweisen. Jedoch sind mit dem genannten Statusunterschied auch bestimmte Machtkonstellationen innerhalb des Projektes erkennbar. Die ökonomische Überlegenheit der Freiwilligen manifestiert sich des Weiteren dadurch, dass sie im Falle von Sustainable Bolivia in sehr gut und luxuriös ausgestatteten Häusern, bzw. Gastfamilie untergebracht sind. Ein weiterer Aspekt, der die Machtunterschiede eher verstärkt als verringert, kann in dem Mini-Grant-Programm gesehen werden. Da der Volontär über dieses Geld verfügt und bestimmen kann, wofür es ausgegeben werden soll, kann es zu Interessenskonflikten mit der Organisation kommen. David Kipnis (1976) Veränderungen in Bezug auf Macht ausführend, kann man die Behauptung aufstellen, dass alle Aussagen auch auf den solidarischen Touristen übertragbar sind, wenn diesem die Verantwortung über die 75 € und sein Status als „zahlender Freiwilliger“ über den Kopf steigt. Neben diesen negativen Prognosen kann man aber durchaus optimistisch sein was die Verringerung der Machtdistanzen betrifft. Wenn der Volontär in die Organisation integriert ist, führt das dazu, dass er die Vorgesetzten und Mitarbeiter anerkennt und sich gerecht in den Betriebsablauf einfügt. Das kann für einen Ausgleich der Machtverhältnisse in der Begegnung zwischen Einheimischen und Touristen sorgen.

## Vorurteile und Stereotypen

Auch eine Veränderung vorherrschender Stereotype lässt sich nicht unmittelbar aus den betrachteten Berichten ableiten. Bei einigen bestand jedoch die Gefahr, die Kultur Boliviens auf Folklore, Geschichte, Musik und Menschen zu reduzieren, wenn kein Reflektionsprozess stattgefunden hat. Nimmt man Bochners Annahmen in Bezug auf Reduzierung von Stereotypen als Grundlage, so kann man bezüglich des Status (wie oben ausgeführt) feststellen, dass durch große Machtdistanz bei Nicht-Integration diese Voraussetzung nicht erfüllt ist. Auf der anderen Seite lässt eine gelungene Integration in das Projekt („Wir-Gefühl“) und intimer Kontakt mit Personal und Bedürftigen Gegenteiliges vermuten. Auch die Bedingungen der Kontaktsituation (gemeinsame Ziele, gruppeninterne Kooperation, erfreulich und lohnend) und des sozialen Klimas scheinen erfüllbar. Diese Annahme lässt sich aufgrund der Aussagen der Teilnehmer bezüglich der Freude, Herzlichkeit und Aktivität der Kinder festmachen. Auch helfen in diesem Kontext gezeigte Schwächen (Fremdsprache und Ausbildung), ein „Mehr“ an Toleranz zu schaffen. Die Studie von Wearing bestätigt diese Annahme.<sup>48</sup> Die Gemeinschaft der Volontäre spielt ebenfalls eine Rolle im Kontext von Stereotypen und Vorurteilen. Durch den Austausch der Freiwilligen über die Arbeit, das Land usw. kann es, wenn gleiche „Eigenschaften“ entdeckt werden, zu einer Verhärtung, aber auch zum Abbau von Vorurteilen kommen, wenn verschiedene Beobachtungen gemacht werden (durch Reflexion).<sup>49</sup>

## Rollen

Rollen sind im solidarischen Tourismus sehr wichtig. Der Freiwillige nimmt als Tourist auf seiner Reise verschiedene und andere Rollen an, als er dies zu Hause tun würde (vgl. Wearing 2001:123). Diese werden von den comunidades, von den anderen Volontären und vom Personal erkannt und interpretiert. Je nach seiner Aufgabe wird dem Freiwilligen eine andere Rolle zugeschrieben. Mit dem Mini-Grant-Programm wird die des solidarischen Touristen aufgewertet. Er schlüpft in die Rolle des „Entwicklungshelfers“ ohne Ausbildung. Die Rollenerwartung ist in diesem Fall, dass er das Geld sinnvoll einsetzt. Auch Rollenkonflikte können auftreten. Ein Interrollenkonflikt ist wahrscheinlich, wenn der junge Mensch sich selber als Freiwilligen, die Bevölkerung aber als Touristen sieht. Eine Distanzierung und Ablehnung des „ser turista“ ist eine mögliche Reaktion. Der Intrarollenkonflikt kann auftreten, wenn es unterschiedliche Erwartungen an seine Position als Volontär seitens der betreuten Kinder und des Personals oder anderer Volontäre gibt. Bezüglich Goffmanns Theater ist anzumerken, dass dem solidarischen Tourist durch die

---

<sup>48</sup> „I really don't remember what my tolerance level was at the time, with going into a new community and accepting the way that people work, but my tolerance levels are so different now. You can have an attitude towards it, but you don't have to judge it.“ (Aussage einer Teilnehmerin eines Projekts, in Wearing 2001:104)

<sup>49</sup> Herdin und Luger stellen hierzu fest: „Kommunikation wird daher oft zum Austausch von Klischees, weil nur diese in den gewohnte Vorstellungswelt integrierbar sind.“ (Herdin/Luger 2001:6)

Projektarbeit im Vergleich zu allen Reisenden, die größte Wahrscheinlichkeit zugeschrieben wird, die echte Hinterbühne zu betreten bzw. die Kultur der Zielregion kennen zu lernen. Dieses könnte durch das Schließen von Freundschaften gelingen, indem man zum Beispiel zu einer Familie zum Essen eingeladen wird. Die Gefahr, nur die Vorderbühne zu Gesicht zu bekommen, tritt auf, wenn der Freiwillige durch kommerzielle Vermarktung nur noch als Konsument eines touristischen Produktes, nicht aber als interessierter solidarischer Tourist angesehen wird.

### Fremdheit

Betrachtet man rückblickend noch einmal die „Modi des Fremdverstehens“ von Schäffner (1991), so kann man den Modus „Fremdheit als Ergänzung“ auf den solidarischen Tourismus übertragen. Bei der Arbeit und beim Reisen möchten die Touristen viel kennenlernen (Sprache u.a.). Vor allem die Backpacker, die vorher in der Dienstleistungskultur gereist sind, sehnen sich danach, das „authentische Fremde“ in der Kultur der Zielregion richtig kennenzulernen, was aus einigen Statements hervorging.<sup>50</sup> Jedoch sehen sich die Freiwilligen bei „Sustainable Bolivia“ nicht der unmittelbaren Konfrontation mit „dem Fremden“ ausgesetzt, da sie immer wieder, wie in anderen Tourismusformen, die Möglichkeit des Rückzuges (Haus der Volontäre) haben. Bei diesen Freiwilligen besteht außerdem die Gefahr, dass die Bolivianer als „arm“ und „bedürftig“ reduziert, da sie nur mit dieser Bevölkerung gearbeitet haben. Sie selber haben jedoch in einer (reichen) Parallelwelt gelebt, wie bereits bemerkt wurde. Freiwillige, die in einer Gastfamilie gewohnt haben, haben die Möglichkeit mehr Facetten als entweder nur „arm“ oder nur „reich“ kennenzulernen, was ihnen hilft, objektiver über das Land sprechen zu können. Bezüglich Lüems (1985) Ausführungen zur Akkulturation ist zu bemerken, dass die Kinder in dem Projekt immer Demonstrationseffekten seitens der Freiwilligen ausgesetzt sind. Das zeigt sich in Fotografien und dem Umgang, die die Kinder zu den Volontären pflegen (Lachen, Aktivität usw.). Die Volontäre werden des Weiteren von den Kindern nicht mehr als „Fremde“ wahrgenommen, da sie sich daran gewöhnt haben, Freiwillige kommen und gehen zu sehen. Bei den sozialen Programmen wird dieser Punkt verstärkt kritisiert, da sich die Kinder immer wieder an neue Volontäre gewöhnen müssen und es ihnen dadurch schwer fallen kann, tiefe Beziehungen aufzubauen.

### Identity Groups

Der solidarische Tourismus bietet gute Möglichkeiten, Identity-Groups zu bilden. Jeder der Volontäre gehört von Natur aus einer unterschiedlichen sozialen Gruppen an. In den Projekten werden die Freiwilligen als eine homogene Volunteer-Gruppe wahrgenommen,

---

<sup>50</sup> Siehe hierzu Kathleen: „After backpacking for several months it was great to settle into a town, get to know the people, culture and everything else Bolivia has to offer.“ (A5:2f)

da sie zusammen wohnen und leben. Die gesuchte Schnittmenge ist dementsprechend „Volontär“ und im „Ausland“ zu sein. Durch die gleiche Umgebung, gleiche Zielen sowie Aufgaben, und das Austauschen im Haus über ihre Erfahrungen lassen sich die Freiwilligen als identity-group identifizieren. Die Gruppendynamik verstärkt sich noch durch eine Abwertung der anderen, in diesem Fall des „normalen Touristen“.

In Bezug auf die Arbeit ist es etwas schwieriger. Die Schnittmenge wäre dementsprechend das Projekt, Ziele, Umgebung und Aufgaben können jedoch variieren. Während die meisten Volontäre (wenn egozentrische Motive vorliegen) eher den nichtmateriellen persönlichen Profit suchen, ist die Organisation an materiellen Dingen interessiert. Politisch motivierte NGOs haben den Vorteil, dass bei ihnen Volunteers arbeiten, die in der Regel die Sichtweise der Organisation teilen, sodass es leichter fällt, Gemeinsamkeiten zu finden, als zum Beispiel in dem CAICC-Projekt, wo die Zielrichtung nicht klar vorgegeben ist.

Daraus lässt sich schließen, dass die Rahmenbedingungen eine wichtige Rolle bei der Etablierung von Identity-Groups spielen. Im Fall von Sustainable Bolivia ist klar zu erkennen, dass sich potenziell einfacher Gruppendynamiken im Haus als in den Projekten ergeben. Dies kann man anhand der Betonung der Wichtigkeit des Volontär-Hauses vieler solidarischer Touristen entnehmen (siehe hierzu auch Wearing 2001:98f). Das führt dazu, dass die Notwendigkeit zur Aufnahme intensiver Beziehungen mit der einheimischen Bevölkerung nicht unmittelbar gegeben ist.

### Interkulturelle Begegnung

In Bezug auf die Unsicherheit der Teilnehmer vor der Interaktion mit Bolivianern und vor dem neuen Umfeld lässt sich feststellen, dass Volunteers durch den intensiven und längerfristigen Kontakt im Projekt die Möglichkeit haben, diese abzubauen. Zu früh gezogene Schlüsse über eine Person, über eine Personengruppe lassen sich leichter revidieren. Die Sicherheit wird unter anderem auch über das Erlernen der Sprachkenntnisse gewonnen. Das Projekt kann wie im Fall von „Sustainable Bolivia“ Rahmen setzen, die die Unsicherheit der Teilnehmer mindern kann (u.a. Abholen vom Flughafen, Sprachschule, Betreuung).

### Interkulturelles Lernen

Nach Wearing kann es zu vier verschiedenen Arten persönlicher Entwicklung kommen (vgl. Wearing 2001:126): persönliche Bewusstseinsbildung, zwischenmenschliche Bewusstseinsbildung (Solidarität), Zuversicht und Selbst-Zufriedenheit/-Erfüllung.

Es sind Veränderungen, bzw. persönliche Entwicklungen, die sich in Maslows Bedürfnishierarchie in der Spitze einordnen lassen. Die Teilnehmer wurden also durch den solidarischen Tourismus zu toleranteren, solidarischeren, selbstbewussteren,

interessierteren, kritischeren, optimistischeren und offeneren Menschen (vgl. ebd.:26ff). Chang und Perl beobachten Wirkungen auf die Teilnehmer in drei Bereichen: Selbstkompetenz (z.B. Offenheit), soziale Kompetenz (Kontakt- und Kommunikationsfähigkeit) und interkulturelle Kompetenz (Respektieren und Verstehen von Unterschieden) (vgl. Chang/Perl 2006:3).

Die untersuchten Berichte lassen jedoch keinen Rückschluss auf Bestätigung dieser Aussagen machen.

### Bedingungsfaktoren nach Kösterke (2000)

In der Theorie wurde festgehalten, dass eine interkulturelle Begegnung eine bedrohliche oder bereichernde Erfahrung sein kann (siehe 2.7.2). Analysiert man die Bedingungsfaktoren von Kösterke, lässt sich in Bezug auf den solidarischen Tourismus folgendes feststellen:

| <b>Bedingungsfaktor</b>                            | <b>Grad der Erfüllung</b>  |
|--|--|
| Information über Land und Leute                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ist der Fall, wenn Volontäre in Heimat Projekt auswählen (Praktikum/Volontariat)</li> <li>- Bei Backpackern nur unter Umständen erfüllt, da oft spontane Entscheidung</li> </ul>  |
| Persönlicher Kontakt außerhalb der Touristenströme | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfüllt, da speziell der intensiver Kontakt initiiert und gefördert wird (Touristen und Einheimische sowie Touristen untereinander)</li> </ul>  |
| Ausreichende Sprachkenntnisse                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektwahl abhängig von Sprachkenntnissen</li> <li>- Kann erworben werden (Sprachschule)</li> <li>- Kann Motivation sein ins Ausland zu gehen</li> <li>- „Members of the host culture often [...] sojourners's efforts to handle their language and communications style.“ (Cushner/Brislin 1996:291)</li> </ul> |
| Hemmfaktoren und Hindernisse                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unsicherheit kann ein Hindernis sein, nicht offen genug für Kommunikation zu sein</li> <li>- Wenn Motivation Verbesserung der Sprachkenntnisse ist, lässt sich vermuten, dass solidarischer Tourist offener und kommunikativer Mensch ist, das Hindernis also beseitigt werden kann</li> </ul>                    |
| Urlaubsform, Begegnungsmöglichkeit, Motivation     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ist erfüllt, da solidarische Reise interkulturellen Kontakt impliziert</li> <li>- Hohe Reiseintensität von Backpackern lässt hohe Bereitschaft vermuten</li> <li>- Je nach Hauptmotiv besteht größeres oder kleineres Interesse an interkulturellen Begegnungen</li> </ul>  |
| Soziodemographische Merkmale                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hauptsächlich junge Menschen im Alter von 18-29 Jahren (Sustainable Bolivia 25 Jahre)</li> <li>- In der Ausbildung, im Studium</li> </ul>   |
| Reflexion der Erlebnisse                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbereitung sensibilisiert auf das Land und die Aufgaben</li> <li>- Nachbereitung bietet Möglichkeit, die eigene Rolle als Freiwilliger kritisch zu hinterfragen</li> <li>- Keine Nachbereitung bei Sustainable Bolivia, jedoch kann Bericht zur persönlichen Reflexion beitragen</li> </ul>                     |
| Organisation übernimmt Vermittlerrolle             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stellt Kontakt zu den Projekten her, oder ist das Projekt</li> <li>- Art der Kommunikation zwischen Organisation und Projekten entscheidend</li> <li>- Gegenseitiger Respekt, Kontakt auf Augenhöhe</li> </ul>  |



|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| Kontaktbereitschaft der Einheimischen | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bereitschaft ist höher, wenn Initiative zur Aufnahme von Freiwilligen, vom Projekt ausgeht</li> <li>- Helfen um jeden Zwang ist nicht angebracht</li> </ul> |
|---------------------------------------|--|

Tab. 3: Bedingungsfaktoren und Grad der Erfüllung

Der solidarische Tourismus bietet dementsprechend gute Voraussetzungen für die Aufnahme interkultureller Begegnungen an sich. Die Frage, wie intensiv die Beziehungen zwischen dem Teilnehmer und den Einheimischen sind, kann nicht beantwortet werden, da es in den meisten Fällen von dem „Zwischenmenschlichen“ abhängt. Jedoch könnten sich diese genannten Bedingungen positiv für einen offenen Dialog und gegenseitigen Respekt bis hin zu mehr Toleranz auswirken.

## 10. Schlussbetrachtung

Mit der Entwicklung des Reisens von einer zunächst wissensorientierten Tätigkeit über eine Erholungstätigkeit, hin zu einer Wohltätigkeit und einem wachsenden Bewusstseins europäischer Gesellschaften gewann ein sozial- und umweltverträgliches Reiseverhalten immer weiter an Bedeutung. Auf diesem Prozess basierend, reicht es vielen Menschen nicht mehr aus, „nur“ in den Urlaub zu fahren, sondern dabei auch noch etwas „Gutes“ zu tun. So stieg die Nachfrage an alternativen Reisemöglichkeiten. Der solidarische Tourismus hat nun die Möglichkeit, den ärmsten und bedürftigsten Teilen der bereisten Gesellschaft in den Entwicklungsländern durch Projektarbeit und Spenden zu helfen.

Auch die durch den Massentourismus stark in Mitleidenschaft gezogene Umwelt und Natur kann durch Projektarbeit besser geschützt werden, sowie einen Sensibilisierungsprozess der bereisten Bevölkerung und der Reisenden bezüglich dieser Themen in Gang setzen.

Auch die Intensivität der Begegnungen zwischen den Einheimischen und der Bevölkerung kann durch solidarisches Reisen zunehmen. Es wurde ausgeführt, dass Kritikpunkte an interkulturellen Begegnungen durch den solidarischen Tourismus ausgeglichen, sowie bestimmte Bedingungen erfüllt werden können.

Auch wurde festgestellt, dass die Rahmenbedingungen eine wichtige und entscheidende Rolle für den interkulturellen Kontakt spielen, sodass „richtiger“ Kontakt, auf Augenhöhe möglich sein kann. Dabei sind alle Akteure in den Prozess mit eingebunden:

Organisationen müssen eng mit der Bevölkerung zusammenarbeiten, sodass Arbeit und Kapital genau dort ankommen, wo sie den maximalen Nutzen für alle Bereisten haben. Eine Gefahr besteht jedoch, wenn wirtschaftliche Interessen überwiegen und der solidarische Tourismus einen zu starken Massencharakter annimmt, sodass die

Bedürftigkeit der Betroffenen oder die Notwendigkeit qualifizierter Hilfe in den Hintergrund geraten.

Touristen müssen sich von ihrer eurozentrischen Sichtweise verabschieden, offen für den Kontakt sein, und die Projektarbeit nicht nur als Spaß- und Vergnügungsfaktor sehen, sondern erkennen, dass eine Projektarbeit mehr impliziert, als das „bloße“ Spielen mit Kindern oder das Pflanzens eines Baumes. Das erfordert eine gründliche Vor- und Nachbereitung, die einen Reflexions- und Sensibilisierungsprozess beinhaltet. In der heimischen Zivilgesellschaft können die Freiwilligen dann als „Botschafter“ des Landes oder der Region auftreten, und sich weiterhin für Themen wie Nachhaltigkeit, Entwicklungszusammenarbeit usw. engagieren. Auch haben sie das Potenzial, Stereotype und Vorurteile in der hiesigen Gesellschaft gegenüber bestimmten Gruppen abzubauen.

Die comunidades oder die Kultur der Zielregion sind durch Aktivitäten wie „turismo comunitario“ oder den solidarischen Tourismus in den Mittelpunkt des Interesses gerückt, was die Möglichkeit eines „empowerments“ und mehr Teilhabe innerhalb der Gesellschaft erwirkt. Deshalb ist es wichtig, dass Initiativen durch die Gemeinschaften selbst entwickelt werden, und nicht von Außen aufgedrängt werden. In Bolivien ist zum Beispiel das bereits erwähnte Netzwerk TUSOCO dabei, Programmformate für den solidarischen Tourismus zu entwickeln.

Allerdings ist der solidarische Tourismus eine noch neue Erscheinung und weist daher auch Schwächen in Bezug auf interkulturelle Begegnung auf. Für die bereiste Bevölkerung besteht kaum eine Möglichkeit, die Freiwilligen in ihrer Kultur der Quellregion kennenzulernen. Um wirklich einen interkulturellen Austausch auf Augenhöhe zu fördern, müssten Initiativen, die zum Beispiel Bolivianer nach Deutschland bringen, die sich hier dann auch ehrenamtlich engagieren, weiter ausgebaut und gefördert werden.

Um die Qualität von interkulturellen Begegnungen im alternativen Tourismus zu verbessern, und um wissenschaftlich wertvolle Aussagen über ihre Bedeutung machen zu können, bedarf es einer langfristig angelegten empirischen Studie, die neben den Reisenden auch Bereiste und die Organisationen mit berücksichtigt. Nur so kann festgestellt werden, ob diese Tourismusform ein sinnvolles Instrument für interkulturelles und globales Lernen, sowie gegenseitigen Respekt und Verständnis sein kann.

**Abkürzungsverzeichnis:**

|                 |   |  |
|-----------------|---|--|
| <b>Abb.</b>     | - | Abbildung  |
| <b>ADiA</b>     | - | Anderer Dienst im Ausland                              |
| <b>ca.</b>      | - | circa  |
| <b>CAICC</b>    | - | Centro de Apoyo Integral Carcelario y Comunitario      |
| <b>CSR</b>      | - | Corporate Social Responsibility                        |
| <b>DED</b>      | - | Deutscher Entwicklungsdienst                           |
| <b>EFD</b>      | - | Europäischer Freiwilligendienst                        |
| <b>etc.</b>     | - | et cetera  |
| <b>etl. al.</b> | - | et alia  |
| <b>FSJ</b>      | - | Freiwilliges Soziales Jahr                             |
| <b>IJGD</b>     | - | Internationale Jugendgemeinschaftsdienste              |
| <b>INE</b>      | - | Instituto Nacional de Estadisticas                     |
| <b>IPCC</b>     | - | Intergovernmental Panel on Climate Change              |
| <b>ITB</b>      | - | Internationale Tourismusbörse                          |
| <b>KATE</b>     | - | Kontaktstelle für Umwelt und Entwicklung               |
| <b>NGO</b>      | - | Non-Governmental Organization                          |
| <b>OAS</b>      | - | Organisation Amerikanischer Staaten                    |
| <b>OECD</b>     | - | Organisation for Economic Co-operation and Development |
| <b>Tab.</b>     | - | Tabelle  |
| <b>TUSOCO</b>   | - | Turismo Solidario y Comunitario                        |
| <b>u.a.</b>     | - | unter anderem  |
| <b>UN</b>       | - | United Nations   |
| <b>ü.NN</b>     | - | über Normalnull  |
| <b>UNWTO</b>    | - | United Nations World Tourism Organization              |
| <b>usw.</b>     | - | und so weiter  |
| <b>v.a.</b>     | - | vor allem  |
| <b>vgl.</b>     | - | vergleiche   |
| <b>WWF</b>      | - | World Wide Fund  |
| <b>z.B.</b>     | - | zum Beispiel   |

## **Abbildungsverzeichnis**

|        |  |    |
|--------|--|----|
| Abb. 1 | Intensität interkultureller Begegnungen von Urlaubsformen und Touristentypen | 41 |
| Abb. 2 | Verortung des solidarischen Tourismus  | 45 |

## **Tabellenverzeichnis**

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| Tab. 1 | Ansprechbarkeitstypen für interkulturelle Begegnungen       | 39f |
| Tab. 2 | Touristentypen, zahlenmäßiges Auftreten, Grad der Anpassung | 40f |
| Tab. 3 | Bedingungsfaktoren und Grad an Erfüllung                    | 67f |

## **Literaturverzeichnis**

**Argyle, M.** (1982): Inter-Cultural-Communication. In Bochner, S. (Hrsg.), Cultures in Contact. Studies in cross-cultural Interaction (S. 61-79). Oxford: Pergamon Press

**Argyle, M.** (1989): Körpersprache und Kommunikation. Paderborn: Junfermann

**Baud, M./Ypeij, A.** (2009): Cultural Tourism in Latin America: An Introduction. In Baud, M./Ypeij, A. (Hrsg.), Cultural Tourism in Latin America. The Politics of space and Imagery (S. 1-22). Leiden/Boston: Brill

**Becker, C./Job, H./Witzel, A.** (1996): Tourismus und nachhaltige Entwicklung: Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

**Bergmann, W.** (2001): Was sind Vorurteile?. Vorurteile – Stereotypen – Feindbilder. Information zur politischen Bildung, 271/2001, 3-9

**Bochner, S.** (1982): The social psychology of cross-cultural relations. In Bochner, S. (Hrsg.), Cultures in Contact. Studies in cross-cultural Interaction (S. 5-44). Oxford: Pergamon Press

**Breede, M.** (2008). Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus. Hamburg: Kovac Verlag

**Broad, S./Jenkins, J.** (2008): Gibbons in Their Midst? Conservation Volunteers' Motivations at the Gibbon Rehabilitation Project, Phuket, Thailand. In Lyons, K.D./Wearing, S. (Hrsg.), Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives (S. 72-85). Oxfordshire: CABI

**Brüggemann, J.** (1993): Auf der Suche nach dem grünen Paradies. Tourismus und Naturschutz in Costa Rica. In Häusler, N./Kamp, C./Müller-Rockstroh, P./Scholz, W./Schulz, B.E. (Hrsg.), Unterwegs in Sachen Reisen. Tourismusprojekte und Projekttourismus in Afrika, Asien und Lateinamerika (S. 279-304). Saarbrücken: Breitenbachverlag

**Cantero, P.A.** (2007): Turismo y Cultura: pluralismo cultural y turismo. Cuadernos Docentes. Culturas Identidades y Gestión Turística, N°1/2007, 13-48

**Claessens, D.** (1974): Rolle und Macht. München: Juventa Verlag

**Claessens, D.** (1991): Das Fremde, Fremdheit und Identität. In Schäffter, O. (Hrsg.), Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung (S. 45-55).

Opladen: Westdeutscher Verlag

**Cushner, K. & Brislin, R.W.** (1996): Intercultural Interactions. A Practical Guide.

Thousand Oaks: SAGE Publications

**Dahrendorf, R.** (2006): Homo Sociologicus. Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle. 16. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

**Diez, A.** (2004): Otros mundos. Viajes alternativos y solidarios. Barcelona: intermón Oxfam

**Eder, W.** (1991): Zu Hause in der Fremde? Der Verlust der Raumerfahrung als Verlust des Erfahrungsraums beim Reisen. In Schäffter, O. (Hrsg.), Das Fremde.

Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung (S. 158-172). Opladen: Westdeutscher Verlag

**Einzenberger, R./Nawichai, P.** (2009): Im Spannungsfeld zwischen Naturschutz und Tourismus. In Trupp, C. & Trupp, A. (Hrsg.), Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe? (S. 127-155). Wien: Mandelbaum Verlag

**Flacke-Neudorfer, C.** (2009): Herausforderung Partizipation im Ethnotourismus. In Trupp, C. / Trupp, A. (Hrsg.), Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe? (S. 117-126) Wien: Mandelbaum Verlag

**Freyer, W.** (2009): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 9.Auflage. München: Oldenbourg Verlag

**Friedl, H.A.** (2002). Respektvoll Reisen. Bielefeld: Reise Know-How Verlag

**Funke, B. & Schnabel, U.** (1993): „Kommt ihr mit der Lösung oder seid ihr Teil des Problems?“ Erfahrungen mit Projekttourismus in Indien. In Häusler, N./Kamp, C./Müller-Rockstroh, P./Scholz, W./Schulz, B.E. (Hrsg.), Unterwegs in Sachen Reisen. Tourismusprojekte und Projekttourismus in Afrika, Asien und Lateinamerika (S. 355-378). Saarbrücken: Breitenbachverlag

**Gersmann, E.** (2006): Volunteering freiwillig helfen im Urlaub. Bielefeld: Reise Know-How

**Goethe, T.** (2002): Das Erlebnis der Grenze. Über die Verwandtschaft von Rassismus und Tourismus. In Backes, M./Goethe, T./Günther, S./Magg, R. (Hrsg.), Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur (S. 13-28). Freiburg (Breisgau): Informationszentrum Dritte Welt

**Goffman, E.** (1969): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: R. Piper & Co.

**Hachtmann, R.** (2007): Tourismus-Geschichte. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht

**Heil, J.** (2001): Fremde, Fremdsein – von der Normalität eines scheinbaren Problemzustandes. Vorurteile – Stereotypen – Feindbilder. Information zur politischen Bildung, 271/2001, 10-18

**Herdin, T./Luger, K.** (2001): Der eroberte Horizont. Tourismus und interkulturelle Kommunikation. In Aus Politik und Zeitgeschichte. B47/2001, S. 6-19

**Heringer, H.J.** (2004): Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte. Tübingen/Basel: A. Francke Verlag

**Hofstede, G./Hofstede, G.J.** (2006): Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. München: Deutscher Taschenbuchverlag.

**Jungk, R.** (1980): Wieviel Touristen pro Hektar Strand. In Krippendorf, J./Zimmer, P./Glauber H. (Hrsg.), Für einen anderen Tourismus. Probleme – Perspektiven – Ratschläge (S. 55-60). Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag

**Klinberg, O.** (1982): Contact between ethnic groups: a historical perspective of some aspects of theory and research. In Bochner, S. (Hrsg.), Cultures in Contact. Studies in cross-cultural Interaction (S. 45-56). Oxford: Pergamon Press

**Kösterke, A.** (20002): Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung – eine Befragung junger Leute. Untersuchung zur Ansprechbarkeit von jungen Erwachsenen in Deutschland auf Aspekte von interkultureller Begegnung im Urlaub. Ammerland: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

**Lüem, T.** (1985): Sozio-kulturelle Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern. Ein Beitrag zur Problematik des Vergleiches von touristischen Implikationen auf verschiedenartige Kulturräume der Dritten Welt. Veröffentlichte Dissertation. Zürich: Zentralstelle der Studentenschaft

**Lyons, K.D./Wearing, S.** (2008): Volunteer Tourism as Alternative Tourism: Journeys Beyond Otherness. Lyons, K.D./Wearing, S. (Hrsg.), In Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives (S. 3-11). Oxfordshire: CABI

**Mader, E.** (2009): Hinter den Vulkanen – Landschaft, Kultur und Tourismus in Ecuador. In Trupp, C. & Trupp, A. (Hrsg.), Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe? (S. 41-58). Wien: Mandelbaum Verlag

**Mäder, U.** (1980): Projekttourismus. Nutzen für wen? Bern: Arbeitskreis „Tourismus und Entwicklung“

**Maurer, M.** (Hrsg.).(1992): Tourismus und Dritte Welt. Ein kritisches Lehrbuch mit Denkanstößen. Bern: FIF Universität Bern

**Müller-Rockstroh, P.** (1993): Unsere Spuren im Sand. In Häusler, N./Kamp, C./Müller-Rockstroh, P./Scholz, W./Schulz, B.E. (Hrsg.), Unterwegs in Sachen Reisen. Tourismusprojekte und Projekttourismus in Afrika, Asien und Lateinamerika (S. 379-398). Saarbrücken: Breitenbachverlag

**Nuscheler, F.** (2006): Entwicklungspolitik. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung

**Obrecht, A.J.** (2009): Eroberungs- und Entdeckungsreisen als Wegbereiter des Ethnotourismus? In Trupp, C. & Trupp, A. (Hrsg.), Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe? (S. 21-40). Wien: Mandelbaum Verlag

**Opaschowski, H.W.** (1996): Tourismus. Systematische Einführung – Analysen und Prognosen. Opladen: Leske + Budrich

**Pearce, P.L.** (1982): Tourists and their hosts: some social and psychological effects of inter-cultural contact. In Bochner, S. (Hrsg.), Cultures in Contact. Studies in cross-cultural Interaction (S. 199- 221). Oxford: Pergamon Press

**Raymond, E.** (2008): ‘Make a Difference!’: the Role of Sending Organizations in Volunteer Tourism. In Lyons, K.D./Wearing, S. (Hrsg.), Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives (S. 48-62). Oxfordshire: CABI



- Schäffter, O.** (1991): Modi des Fremderlebens. Deutungsmuster im Umgang mit Fremdheit. In Schäffter, O., Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung (S. 11-44). Opladen: Westdeutscher Verlag
- Silkor, T.** (1993): Tourismus in der Revolution – Revolution des Tourismus? Wandlungen in der Tourismuspolitik Nicaraguas. In Häusler, N./Kamp, C./Müller-Rockstroh, P./Scholz, W./Schulz, B.E. (Hrsg.), Unterwegs in Sachen Reisen. Tourismusprojekte und Projekttourismus in Afrika, Asien und Lateinamerika (S. 213-246). Saarbrücken: Breitenbachverlag
- Singer, M.R.** (1988): Perception and identity in intercultural communication. Yarmouth: Intercultural Press
- Söderman, N./Snead, S.L.** (2008): Opening the Gap: the Motivation of Gap Year Travellers to Volunteer Tourism in Latin America. In Lyons, K.D./Wearing, S. (Hrsg.), Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives (S. 118-129). Oxfordshire: CABI
- Spencer, R.** (2008): Lessons from Cuba: a Volunteer Army of Ambassadors. In Lyons, K.D./Wearing, S. (Hrsg.), Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives (S. 36-47). Oxfordshire: CABI
- Steyerl, H.** (2002): Reise und Rasse. Tourismus als Motor globaler Klassenbildung. In Backes, M./Goethe, T./Günther, S./Magg, R. (Hrsg.), Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur (S. 29-42). Freiburg (Breisgau): Informationszentrum Dritte Welt
- Suchanek, N.** (2001): Die dunklen Seiten des globalisierten Tourismus. Zu den ökologischen, ökonomischen und sozialen Risiken des internationalen Tourismus. In Aus Politik und Zeitgeschichte. B47/2001, S. 32-39
- Thiem, M.** (2001): Tourismus und kulturelle Identität. In Aus Politik und Zeitgeschichte. B47/2001, S. 27-31
- Turner, I.** (2009): Bereist. Beforscht. Wissenschaftstourismus als Ethnotourismus. In Trupp, C. & Trupp, A. (Hrsg.), Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe? (S. 156-171). Wien: Mandelbaum Verlag
- Triandis, H.C.** (1975): Einstellungen und Einstellungsänderungen. Weinheim: Beltz Verlag

**Trupp, A.** (2009): Alle Menschen sind gleich, aber einige sind gleicher. In Trupp, C. & Trupp, A. (Hrsg.), *Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe?* (S. 97-116). Wien: Mandelbaum Verlag

**Trupp, C. & Trupp, A.** (2009): Zur Einführung: Ethnotourismus und die Konstruktion von Authentizität. In Trupp, C. & Trupp, A. (Hrsg.), *Ethnotourismus. Interkulturelle Begegnungen auf Augenhöhe?* (S. 7-20) Wien: Mandelbaum Verlag

**Vogel, C.** (2002): Das un-Behagen in den Kulturen. Multikulturelle Gesellschaft auf Reisen. In Backes, M./Goethe, T./Günther, S./Magg, R. (Hrsg.), *Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur* (S. 85-96). Freiburg (Breisgau): Informationszentrum Dritte Welt

**Vorlaufer, K.** (1996): *Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

**Wearing, S.** (2001): *Volunteer Tourism. Experiences that Make a Difference*. Oxfordshire: CABI Publishing

**Wöhler, K.** (2001): *Tourismus und Nachhaltigkeit*. In *Aus Politik und Zeitgeschichte*. B47/2001, S. 40-46

**Young, T.** (2008): *Mediating Volunteer Tourism Alternatives: Guidebook Representations of Travel Experiences in Aboriginal Australia*. In Lyons, K.D./Wearing, S. (Hrsg.), *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism. International Case Study Perspectives* (S. 195-210). Oxfordshire: CABI

## **Internetquellen**

**Auswärtiges Amt** (2010): Bolivien, Stand März 2010. In Homepage des Auswärtigen Amtes. Verfügbar unter <http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Laenderinformationen/01-Laender/Bolivien.html> (15.06.2010).

**Beutler, B.** (2010). „Planeta o Muerte!“. In junge Welt vom 24.04.2010, verfügbar unter <http://www.uni-kassel.de/fb5/frieden/themen/Klima/morales5.html> (15.06.2010)

**Bolivia** (2010): Cochabamba. In: Bolivianische Botschaft in Deutschland. Verfügbar unter <http://www.bolivia.de/de/tourismus/cochabamba.html> (15.06.2010)

**Chang, Celine / Perl, Daniela** (2006): „Und schon jetzt fiebere ich dem nächsten Sommer entgegen...“ – Internationale Workcamps und ihre Wirkungen auf die Teilnehmer. In Internationale Jugendgemeinschaftsdienste e.V. Verfügbar unter [http://www.ijgd.de/fileadmin/user\\_upload/PRESSE/Artikel\\_Chang\\_Perl\\_Neu.pdf](http://www.ijgd.de/fileadmin/user_upload/PRESSE/Artikel_Chang_Perl_Neu.pdf) (15.06.2010)

**Comunidad Andina** (2009). Bolivia, Indicadores de Turismo. In Estadísticas de la Comunidad Andina – Secretaria General. Verfügbar unter <http://www.comunidadandina.org/estadisticas/series/turismo-bol.xls> (15.06.2010)

**Forumandersreisen** (2010b): CSR-zertifizierte Veranstalter. In forumandersreisen – Reisen mit Zukunft. Verfügbar unter [http://forumandersreisen.de/philosophie\\_csrveranstalter.php](http://forumandersreisen.de/philosophie_csrveranstalter.php) (15.06.2010)

**Herrero Amo, M.D.** (2003): Turismo Solidario: Marco de Aproximación. Veröffentlichte Masterarbeit, Universidad Antonio de Nebrija, Madrid. Verfügbar unter [http://www.turismo-responsable.org/Investigacio\\_debate/0803\\_turismosolidario\\_dherrero.pdf](http://www.turismo-responsable.org/Investigacio_debate/0803_turismosolidario_dherrero.pdf) (15.06.2010)

**IJGD** (2010a): Kosten & Termine. In: Internationale Jugendgemeinschaftsdienste. Verfügbar unter <http://www.ijgd.de/Kosten-Termine.235.0.html> (15.06.2010)

**IJGD** (2010b): Vor- und Nachbereitung. In Internationale Jugendgemeinschaftsdienste. Verfügbar unter <http://www.ijgd.de/Vor-und-Nachbereitung.238.0.html> (15.06.2010)

**IJGD** (2010c): Das Campleben. In Internationale Jugendgemeinschaftsdienste. Verfügbar unter <http://www.ijgd.de/Das-Campleben.166.0.html> (15.06.2010)

**INE** (2009): Estadísticas de Turismo. Tercer trimestre 2008-2009. In Instituto Nacional de Estadísticas Bolivia. Verfügbar unter <http://www.ine.gov.bo/publicaciones/visorPdf.aspx?codigo=2984&tipo=0> (15.06.2010)

**INE** (2008): Encuesta. Gasto del Turismo Receptor y Emisor 2007. In Instituto Nacional de Estadísticas Bolivia. Verfügbar unter <http://www.ine.gov.bo/publicaciones/visorPdf.aspx?codigo=2868&tipo=0> (15.06.2010)

**Kolping** (2010). Was ist.... In Kolping – Jugendgemeinschaftsdienste. Verfügbar unter [http://workcamps.kolping.de/praktika\\_im\\_ausland/was\\_ist.html?pe\\_id=4&pe\\_id=36](http://workcamps.kolping.de/praktika_im_ausland/was_ist.html?pe_id=4&pe_id=36) (15.06.2010)

**Krause, C.** (2010): Reisemonitor 2010. Trends und Analysen zum Reiseverhalten deutscher Urlauber. In ADAC-Verlag. Verfügbar unter [http://media.adac.de/fileadmin/user\\_upload/bilder/mediaservice/studien/Reisemonitor\\_2010\\_presse.pdf](http://media.adac.de/fileadmin/user_upload/bilder/mediaservice/studien/Reisemonitor_2010_presse.pdf) (15.06.2010)

**Kwacz, D.** (2002): Lo autentico aún existe...y Bolivia lo tiene. Comercio Exterior. In Conoce Bolivia. Verfügbar unter <http://www.conoce-bolivia.com/noticias.php> (15.06.2010)

**Machicado, C./Delgadillo, C./Urcollo, G./Lazo, A.** (2004): Estructura del Sector Turismo en Bolivia. In Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. Verfügbar unter <http://www.travelturisme.com/estudios/pdf/estructuraTurismo-bolivia.pdf> (15.06.2010)

**OIT** (2008): Gobiernos locales, turismo comunitario y sus redes. V Encuentro consultivo regional (REDTURS). In Organización Internacional de Trabajo. Verfügbar unter [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/documents/publication/wcms\\_105079.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_105079.pdf) (15.06.2010)

**Projects Abroad** (2010): Unterkunft. Warum mit uns/ Wir organisieren für dich. In: Projects Abroad. Verfügbar unter <http://www.projects-abroad.de/warum-mit-uns/wir-organisieren-fuer-dich/> (15.06.2010)

**Sancho, A.** (2004): Turismo y Desarrollo. Veröffentlichte wissenschaftlicher Beitrag, Universidad de Valencia, Valencia. Verfügbar unter <http://www.uv.es/sancho/Turismo%20y%20desarrollo.pdf> (15.06.2010)

**Schiekel, N.** (2008): Volunteer Tourismus. Instrument einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Südafrika? Veröffentlichte Diplomarbeit, Universität Trier,

Trier. Verfügbar unter [http://www.tourism-watch.de/files/volunteer\\_tourismus\\_1.pdf](http://www.tourism-watch.de/files/volunteer_tourismus_1.pdf)  
(15.06.2010)

**Stiglechner, L.** (2009): Volunteer-Tourismus. Eine anthropologische Analyse.  
Veröffentlichte Diplomarbeit. Universität Wien: Fakultät für Sozialwissenschaften.  
Verfügbar unter [http://othes.univie.ac.at/4949/1/2009-05-22\\_0309500.pdf](http://othes.univie.ac.at/4949/1/2009-05-22_0309500.pdf) (15.06.2010)

**Sustainable Bolivia** (2010). Verfügbar unter <http://www.sustainablebolivia.org/aleman/>  
(15.06.2010)

**Talavera, A.** (2003): Turismo Cultural, culturas turísticas“ In Horizontes Antropológicos, año 9, n.20. Verfügbar unter: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext) (15.06.2010)

**TUSOCO** (2010). Quienes somos, In Red Boliviana de Turismo Solidario y Comunitario.  
Verfügbar unter <http://www.tusoco.com/es/organizacion/index.html> (15.06.2010)

**United Nations** (1987): Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development. In United Nations Documents. Verfügbar unter <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm>  
(15.06.2010)

**UNWTO** (1995): Charter of Sustainable Tourism. In United Nations World Tourism Organization. Verfügbar unter <http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/Lanz-en.pdf>  
(15.06.2010)

**UNWTO** (2010): World Tourism Barometer, Vol. 8, No 1, January 2010. In United Nations World Tourism Organization. Verfügbar unter  
[http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom10\\_1\\_en\\_excerpt.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_1_en_excerpt.pdf)  
(15.06.2010)

## **Reisekataloge**

**Studiosus** (2009): Katalog Fernreisen Afrika/Amerika 2010/2011. München

**Forumandersreisen** (2010a): Reiseperlen 2010. Gemeinschaftskatalog für nachhaltiges Reisen. Freiburg (Breisgau): forum anders reisen e.V.

A1 (2010): Testimonial of Eva (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=41](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=41) (15.06.2010)

1 Bolivia is a country that has many things that are still in need of discovery. Before I  
2 came into the country, I was interested in giving to the community. I contacted  
3 Sustainable Bolivia, which helped me learn about what many kids in Bolivia have to  
4 go through: abandonment. In the Colonia Ecologica, I shared time with many kids,  
5 which came from small cities around Bolivia, or were just part of the neighborhood. I  
6 discovered a welcoming family, in which together they worked to go forward.  
7 La Colonia Ecologica is a village like place, in which kids are sheltered. But many,  
8 including my self, think of a shelter as a place which is not so pleasant. Colonia  
9 Ecologica is the complete opposite of the stereotype many of us think of when we  
10 think of a shelter. It is a safe place in which kids ranging from age 2 – 19 are homed.  
11 There are over 100 kids in La Colonia, 30 of which get to live there, and over 70 kids  
12 that go there during the day. Many of the kids here have parents that left them, or  
13 don't have the capacity to take care of themselves, yet alone a kid.  
14 La Colonia is run by a married couple Mr. Francisco Villanueva and Mrs. Maria del  
15 Carmen Vargas. Before the Colonia, both of them had normal lives, in which they  
16 went to work, came home and took care of their kids, having a healthy happy family.  
17 Slowly their family started growing, with kids that weren't their own. Soon they  
18 discovered a new passion, their kids. There are so many kids that are in need of  
19 assistance which started coming to them for help, they found it hard to say no. The  
20 turning point in their lives was when they decided to leave everything to dedicate  
21 their lives to these kids. They moved to a land they owned by Chiquicollo, where  
22 they started from scratch. At the beginning they slept in tents, where they found it  
23 hard to keep from the cold and the rain. Slowly they started building little houses in  
24 which the kids use as a learning environment, where they are taught important skills  
25 such as reading, writing, and using a computer.  
26 There are many projects that are still on hold because there isn't enough money to go  
27 through with these projects. One of the projects Mr. Villanueva was telling me about  
28 was to have more showers so all the kids can shower, especially during the summer  
29 time, when it's so hot. They are still currently trying to find funding so their plans  
30 can begin.  
31 La Colonia has a very friendly and safe environment for the kids to grow up in. The  
32 time that I spent with them was very valuable and helped me take away experiences  
33 that I will never forget. A normal day in La Colonia consists of many different  
34 activities. I got to participate in many of them, I got to cook with the girls, work on  
35 the garden with the boys, and play with the little ones. I got to talk with them and all  
36 the kids opened up to me, telling me how they got to the Colonia, I heard so many  
37 stories that surprised me on how much these kids have been through. But these  
38 experiences don't stop them from being young and happy. One of the characteristics  
39 that surprised me the most is how educated, loving and caring the kids are. They  
40 welcome you in such a way that makes you feel as part of the family instantaneously.  
41 Helping in the Colonia Ecologica, helped me realize how much kids suffer and go  
42 through, but thanks to people such as Mr. Villanueva and Mrs. Vargas that kids are  
43 given a second chance.

A2 (2010): Testimonial of Charly (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=34](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=34) (15.06.2010)

1 After travelling around South America for 7 months I decided to do some  
2 volunteering and by searching the internet I found Sustainable Bolivia, and it was  
3 great for me as it was easy to organise and being at the end of my budget it was still  
4 affordable. It was also good as there were various projects which could meet my  
5 interests.  
6 I volunteered for Colonia Ecologica, which was an orphanage and also somewhere  
7 local children could go for support with their homework. It was great volunteering in  
8 such a positive environment especially after travelling around and seeing a lot of  
9 children working on the streets. The kids were all really happy and enjoyed seeing  
10 new volunteers.  
11 The children went to school in the morning and then Colonia had a general structure  
12 set up for the week, so I got there during lunchtime to help the kids with some of  
13 their chores in the kitchen or in the garden. Then it was homework time! The age of  
14 the children ranged so sometimes this involved helping them read, practise  
15 handwriting or maths, so I had to brush up on my long multiplication skills! I had  
16 basic Spanish and this was a good time for me to practise and learn more, it was  
17 sometimes difficult as I couldn't always explain things but the kids are good at  
18 describing things and are generally interested in talking or playing! There was time at  
19 the end of the day for some play time or just for chatting and this was fun! During my  
20 month there, it was really great to get to know some of the kids better and see their  
21 positive energy. There was also football on Saturdays which was really good fun, the  
22 kids really loved it!  
23 Sustainable Bolivia also set up my Spanish lessons which were really good, and my  
24 teacher really catered to my needs. She was very friendly and went that extra mile to  
25 help me. I also learnt a lot more about Bolivian culture, such as the afro-bolivian  
26 population which was great.  
27 I lived in the volunteer house which was really nice and so good to have some home  
28 comforts after spending a lot of time in hostals! Cochabamba was a cool city to live  
29 in and experience a little bit more of Bolivia, so I settled into a good routine and  
30 activities with other volunteers were always fun. It was a great experience and I  
31 could have definitely stayed longer!



A3 (2010): Testimonial of Theresa (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=47](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=47) (15.06.2010)

1 I found out about Sustainable Bolivia while researching non-profits and volunteer  
2 programs in South America during spring of my sophomore year of college. I wanted  
3 to gain experience living in a Spanish-speaking country while also doing meaningful  
4 work, and Sustainable Bolivia stood out to me from other programs offering  
5 volunteer positions in South America. In contrast to other organizations, Sustainable  
6 Bolivia creates change by supporting local projects and addressing their needs as  
7 identified by community members. This was the most important factor for me in  
8 choosing Sustainable Bolivia, because I wanted to do volunteer work that would  
9 ultimately empower people and contribute to positive long-term change rather than  
10 reinforcing inequality.  
11 Sustainable Bolivia does an amazing job of identifying the needs of partner  
12 organizations, finding the resources to support them, and placing volunteers in  
13 positions that match their interests and abilities. My volunteer placement and housing  
14 arrangements were handled with the utmost care and consideration. I spent two  
15 months volunteering at La Colonia Ecológica, an orphanage that cares for about 100  
16 children, and I lived with a family near the center of Cochabamba. When I arrived in  
17 Cochabamba I immediately felt welcomed by the staff of Sustainable Bolivia, and  
18 throughout the summer I formed close relationships with my host family, the other  
19 volunteers, and the children at La Colonia. I had an unforgettable experience working  
20 with Sustainable Bolivia and I would highly recommend it to anyone interested in  
21 living and volunteering in Bolivia.

A4 (2010): Testimonial of Miriam (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=37](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=37) (15.06.2010)

1 Being a volunteer with Sustainable Bolivia is a fantastic opportunity to enhance your  
2 travel experience, embrace the local culture and meet loads of great people!  
3 I knew before leaving to go overseas that I really wanted to do some volunteer work  
4 but hadn't arranged anything before I left Australia. Sustainable Bolivia was great for  
5 me, as I was able to organise volunteering at the last minute. Another plus for me was  
6 that it didn't blow my backpacking budget out of the water – very reasonable,  
7 especially comparative to some of the costs of other organisations.  
8 Eric was very efficient in terms of replying to my emails and arranging everything  
9 from accommodation to my Spanish lessons, which I started pretty much straight  
10 away. My teacher was Patricia – wonderful and patient despite having a poor student!  
11 My lessons, taken in the morning at the volunteer house, were loads of fun, and really  
12 made a huge difference.... I would recommend them to everyone!  
13 After Spanish lessons I headed off to La Colonia to be greeted with huge hugs and  
14 even bigger smiles from all the kids there. Typically, we would play, read with the  
15 kids and help them with homework. Going to La Colonia was a joy – the kids and the  
16 founders of the orphanage are all fantastic people to be around.  
17 Being part of the Sustainable Bolivia team really was a great experience and without  
18 a doubt one of the biggest highlights of my travels!

A5 (2010): Testimonial of Kathleen (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=31](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=31) (15.06.2010)

1 My time in Cochabamba with Sustainable Bolivia was definitely one of my best  
2 experiences in South America. After backpacking for several months it was great to  
3 settle into a town, get to know the people, culture and everything else Bolivia has to  
4 offer. Immediately upon my arrival in Cochabamba, Erik Taylor, and the Sustainable  
5 Bolivia staff were very accommodating. With only two days notice they promptly  
6 organized a place for me to live, Spanish classes as well as a wonderful volunteer  
7 placement.  
8 Volunteering at the Colonia Ecological was such an exciting experience. The  
9 children had so much energy and always greeted the volunteers with a smile and a  
10 hug. They really enjoyed having people from other countries visit and were very  
11 patient with my beginner level Spanish. Not only was it great getting to know all the  
12 children, the two people who run the La Colonia, Carmen and Kiko are simply  
13 fantastic. The work they put into providing housing, activities and schooling for the  
14 children is amazing.  
15 While in Cochabamba I moved into one of Erik's houses. This was such a nice  
16 change from living in hostels and still very affordable. Living in the house gave me  
17 the opportunity to meet many other international travelers all staying in Bolivia for a  
18 variety of reasons. The house also provided a great social network of people and  
19 volunteers. Sustainable Bolivia organized cultural activities, outings, and festival  
20 celebrations for those of us living in the houses. This definitely enriched my time  
21 spent in this city.  
22 As a part of my South American experience I wanted to learn to speak Spanish.  
23 Sustainable Bolivia organized private Spanish lessons for me at a very affordable  
24 price. I really appreciated how patient my teacher was, as well as all the information  
25 she taught me about the Bolivian people and culture. In addition to the in-class  
26 written learning we also went on a field trip through Cochabamba's biggest market.  
27 This gave me a chance to practice what I had learned and become more confident  
28 speaking Spanish.  
29 I really enjoyed my experience in Cochabamba and definitely recommend  
30 Sustainable Bolivia to anyone visiting South America.

A6 (2010): Testimonial of Alexandra (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=40](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=40) (15.06.2010)

1 My stay in Cochabamba and volunteering at La Colonia orphanage for a month was  
2 rewarding and exciting! I am glad to have had this experience through Sustainable  
3 Bolivia. One of the factors playing into my decision to become a volunteer for SB is  
4 the affordability of the program, because volunteering abroad can be very expensive.  
5 I also found the diverse opportunities for work very helpful while choosing work that  
6 best fits with my interests and personality. My flight into La Paz and from there to  
7 Cochabamba went smoothly and I was conveniently picked up at the airport and  
8 taken to the volunteer house, where I met the other wonderful volunteers!  
9 Cochabamba is a beautiful city with beautiful people and beautiful weather! The  
10 simplicity and relaxing atmosphere is what I miss about Cochabamba. I was also  
11 lucky to spend several days in Salar de Uyuni, the must-see salt flats of Bolivia!  
12 My experience as a volunteer in La Colonia is one I will never forget! The children  
13 were very welcoming, full of energy, and eager to learn. I had so much fun with them  
14 and enjoyed giving time to help the staff on a daily basis. There's always something  
15 to do, whether it's helping in the garden or simply playing soccer/football and  
16 playing in the playground with the children. I worked mostly in the kitchen and  
17 helped children with math, reading and handwriting during homework time. Working  
18 with these children also helped me improve my Spanish, which was at a beginner  
19 level. The volunteers, the staff and the children in La Colonia are like a huge family  
20 helping to maintain a positive environment for all the children and I am grateful to  
21 have been a part of it!

A7 (2010): Testimonial of Kirsten (Name geändert, J.F.). In: ders; Cochabamba, verfügbar unter [http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials\\_record.html?vol\\_pk=28](http://www.sustainablebolivia.org/aleman/testimonials_record.html?vol_pk=28) (15.06.2010)

1 Unlike most travelers who think of volunteering abroad, I had not looked into any  
2 programs before arriving in Bolivia. I am so lucky to have found out about  
3 Sustainable Bolivia by chance. Erik Taylor replied right away to my slightly  
4 desperate emails and was extremely accommodating to my restrictive travel  
5 schedule. I arrived in Cochabamba and two days later was already living in the  
6 Sustainable Bolivia house, taking private Spanish lessons with a qualified teacher,  
7 and volunteering at a local orphanage.  
8 My time in the Sustainable Bolivia house has been a highlight of my trip so far. The  
9 location within Cochabamba is central to local markets, banks, shopping, and  
10 transportation, while still being safe and quiet. After three months of backpacking  
11 around Peru and Ecuador, arriving at the house and to a hot shower and a  
12 comfortable bed was more than I could ask for. The other people living in the house  
13 were either doing specialized work terms abroad, or other volunteer-travelers like  
14 myself. I really enjoyed the family atmosphere in the house and my time with such  
15 entertaining people from around the world.  
16 My volunteering in Cochabamba was through a family operated orphanage in a  
17 neighboring area. The children were incredibly open, friendly, and loving. It was a  
18 great opportunity to work on my limited Spanish in a low-stress environment.  
19 The private Spanish lessons arranged through Sustainable Bolivia were very helpful.  
20 My teacher, Patricia, was university educated in linguistics and in my opinion is the  
21 most patient woman in the world! After two weeks of lessons with her I feel much  
22 more prepared for the rest of my travels in South America.  
23 Erik Taylor and the other employees of Sustainable Bolivia made my time spent in  
24 Cochabamba a fun, relaxing, and memorable experience. If I had the opportunity, I  
25 would have planned to stay longer and make even more memories.